

行動電話預付卡外籍勞工消費行為研究

李麗香、劉原超

E-mail: 9808210@mail.dyu.edu.tw

摘要

台灣電信開放之後，行動電話用戶數成長快速，在90年12月已達2,163萬，其中有428萬相當於20%是屬於預付卡型用戶。而目前在台灣的30萬名外籍勞工，幾乎人手一機，但由於其不能申請月租型行動電話，故成為行動電話預付卡的主要消費族群。本研究以在台灣雲林以北，目前有使用行動電話預付卡之泰國籍、菲律賓籍、印尼籍之外籍勞工為研究範圍與對象。希望透過次級資料及外勞消費實態、生活型態問卷調查方式，能了解不同國籍之外勞消費者的生活型態，人口統計變數是否有顯著差異，進一步解析不同國籍之外勞消費者的消費特徵，以供系統業者通路成員及市場行銷人員在區隔市場、界定目標、進行行銷活動規劃與產品強化時之參考。在問卷調查上由於勞委會將雇用外籍勞工之雇主地址列為秘密檔案，因此無法找到抽樣母體名單無法進行完全隨機抽樣。故本研究採立意抽樣法，按外勞在台人口比例抽樣，有效問卷為346份，其中泰國143份佔41%、菲律賓 99份佔28%、印尼104份佔30%，接近泰、菲、印三國外籍勞工在台人口比例。訪問地點則以外勞聚集地之台北車站、中山北路、桃園車站、雲林工業區周邊外勞商店為，而由僑生或外勞商店精通當地語言之店老闆做人員訪問。生活型態因素分析方法上，將二十題生活型態量表，以主成份分析法（Principal Components Analysis）進行，以萃取生活型態因素構面，並以集群分析企圖找出外籍勞工之同質性。在資料分析上分別以國籍與消費實態交叉分析、使用品牌與消費實態交叉分析、集群與消費實態交叉分析，以觀察其相互關係。結果發現同國籍的消費行為同質性高於同品牌，同品牌又高於同集群，從本研究可得知，各國來台工作外籍勞工其基本狀況同質性很高，同伴之間互相影響，以及對台灣生活環境陌生，……等因素會扭曲其原有的行為模式。另本研究發現：一 各品牌的消費族群的特性，可以做以下的描述：如意卡：30歲以下的家庭幫傭或工廠女作業員，有些有大專的學歷，大部份來自菲律賓，有三分之一的女性手邊的零用錢比一般外勞多，她們朋友間會互相傳遞訊息，購買預付卡前會多方面比較，如意卡另外一部份消費者是男性泰勞，他們的共同特質是很會精打細算，比較務實，也不太相信廣告。IF卡的消費者：在電子工廠或家庭幫傭，20幾歲的菲律賓或印尼女性，最受朋友的影響，會注意門市海報，也最會精打細算，也比較務實，重視通訊品質和資費。OK卡的消費者：重視價格便宜及促銷活動，主要是30幾歲的年男性泰勞，個性比較不獨立自信，比較會相信廣告，其次為印尼外勞，他們比較獨立自信也不會相信廣告。如意卡和IF卡的消費者同質性比較高都比OK卡常打市話。二 依集群區隔分析其消費者及其消費行為 中文摘要 台灣電信開放之後，行動電話用戶數成長快速，在90年12月已達2,163萬，其中有428萬相當於20%是屬於預付卡型用戶。而目前在台灣的30萬名外籍勞工，幾乎人手一機，但由於其不能申請月租型行動電話，故成為行動電話預付卡的主要消費族群。本研究以在台灣雲林以北，目前有使用行動電話預付卡之泰國籍、菲律賓籍、印尼籍之外籍勞工為研究範圍與對象。希望透過次級資料及外勞消費實態、生活型態問卷調查方式，能了解不同國籍之外勞消費者的生活型態，人口統計變數是否有顯著差異，進一步解析不同國籍之外勞消費者的消費特徵，以供系統業者通路成員及市場行銷人員在區隔市場、界定目標、進行行銷活動規劃與產品強化時之參考。在問卷調查上由於勞委會將雇用外籍勞工之雇主地址列為秘密檔案，因此無法找到抽樣母體名單無法進行完全隨機抽樣。故本研究採立意抽樣法，按外勞在台人口比例抽樣，有效問卷為346份，其中泰國143份佔41%、菲律賓 99份佔28%、印尼104份佔30%，接近泰、菲、印三國外籍勞工在台人口比例。訪問地點則以外勞聚集地之台北車站、中山北路、桃園車站、雲林工業區周邊外勞商店為，而由僑生或外勞商店精通當地語言之店老闆做人員訪問。生活型態因素分析方法上，將二十題生活型態量表，以主成份分析法（Principal Components Analysis）進行，以萃取生活型態因素構面，並以集群分析企圖找出外籍勞工之同質性。在資料分析上分別以國籍與消費實態交叉分析、使用品牌與消費實態交叉分析、集群與消費實態交叉分析，以觀察其相互關係。結果發現同國籍的消費行為同質性高於同品牌，同品牌又高於同集群，從本研究可得知，各國來台工作外籍勞工其基本狀況同質性很高，同伴之間互相影響，以及對台灣生活環境陌生，……等因素會扭曲其原有的行為模式。另本研究發現：一 各品牌的消費族群的特性，可以做以下的描述：如意卡：30歲以下的家庭幫傭或工廠女作業員，有些有大專的學歷，大部份來自菲律賓，有三分之一的女性手邊的零用錢比一般外勞多，她們朋友間會互相傳遞訊息，購買預付卡前會多方面比較，如意卡另外一部份消費者是男性泰勞，他們的共同特質是很會精打細算，比較務實，也不太相信廣告。IF卡的消費者：在電子工廠或家庭幫傭，20幾歲的菲律賓或印尼女性，最受朋友的影響，會注意門市海報，也最會精打細算，也比較務實，重視通訊品質和資費。OK卡的消費者：重視價格便宜及促銷活動，主要是30幾歲的年男性泰勞，個性比較不獨立自信，比較會相信廣告，其次為印尼外勞，他們比較獨立自信也不會相信廣告。如意卡和IF卡的消費者同質性比較高都比OK卡常打市話。二 依集群區隔分析其消費者及其消費行為 集群一(命名為花蝴蝶)：這個集群佔35%，消費特質事非常盲目追求流行，盲目消費，不重視資訊的搜尋，也不精打細算，既不保守務實也不獨立自信。從事營造業及幫傭工作，菲律賓偏向集群一，在動機/使用目的上次要因素為和在台灣工作朋友聯絡，評估考慮因素上：以價格便宜為首要，平均在便利商店，教堂附近和向工廠內朋友購買，使用網外撥打比例以3~4次最多。集群二(命名小蜜蜂)：佔28%重視資訊的搜尋，參與社交活動，也較獨立自信，重視流行趨勢，不拘泥保守。41.2%為幫傭，印尼可歸為此集群，考慮因素以通話品質和資費

便宜為主，常在便利商店和教堂附近購買。 集群三(命名沙漠駱駝)佔37%固執務實，獨立自主，有自己獨特的見解，不為流行或外界刺激所影響。以泰國較偏向集群三，大多數為營造業佔38.3%。 整體而言，集群一與集群三是非常極端差異的消費族群，集群二則對行銷人員而言是最可愛的消費族群，同時有集群一與集群三的優點既重視流行趨勢，也會接受各方面廣告訊息的告知，或參與促銷活動。 關鍵字：行動電話預付卡、外籍勞工、消費行為、生活型態 集群一(命名為花蝴蝶)：這個集群佔35%，消費特質事非常盲目追求流行，盲目消費，不重視資訊的搜尋，也不精打細算，既不保守務實也不獨立自信。從事營造業及幫傭工作，菲律賓偏向集群一，在動機/使用目的上次要因素為和在台灣工作朋友聯絡，評估考慮因素上：以價格便宜為首要，平均在便利商店，教堂附近和向工廠內朋友購買，使用網外撥打比例以3~4次最多。 集群二(命名小蜜蜂)：佔28%重視資訊的搜尋，參與社交活動，也較獨立自信，重視流行趨勢，不拘泥保守。41.2%為幫傭，印尼可歸為此集群，考慮因素以通話品質和資費便宜為主，常在便利商店和教堂附近購買。 集群三(命名沙漠駱駝)佔37%固執務實，獨立自主，有自己獨特的見解，不為流行或外界刺激所影響。以泰國較偏向集群三，大多數為營造業佔38.3%。 整體而言，集群一與集群三是非常極端差異的消費族群，集群二則對行銷人員而言是最可愛的消費族群，同時有集群一與集群三的優點既重視流行趨勢，也會接受各方面廣告訊息的告知，或參與促銷活動。

關鍵詞：行動電話預付卡；外籍勞工；消費行為；生活型態

目錄

目錄封面內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 v 英文摘要 viii 誌謝 xiv 目錄 xv 圖目錄 xviii 表目錄 xix 第一章 緒論 第一節 研究動機 1 第二節 研究背景 1 第三節 研究問題與目的 4 第四節 研究範圍與對象 5 第五節 研究步驟 6 第六節 名詞定義 7 第二章 文獻探討 第一節 外籍勞工議題探討 12 第二節 消費者行為 21 第三節 生活型態 34 第三章 研究方法 第一節 收集次級資料 42 第二節 初級資料探討 42 第三節 調查對象 43 第四節 抽樣設計/訪問方式 43 第五節 樣本分配 44 第六節 研究限制 44 第七節 研究方法名詞定義 45 第四章 行動電話預付卡發展概況 第一節 台灣行動電話預付卡搶先上市 47 第二節 行動電話預付卡產品說明 48 第三節 預付卡相較之於月租型有其不可取代性 49 第四節 各品牌預付卡行銷策略 51 第五章 資料分析 第一節 資料分析重點 53 第二節 資料彙總分析方法 54 第三節 人口統計變數及消費行為變數分析 54 第四節 行動電話預付卡外勞消費者生活型態 因素分析 57 第五節 集群分析 66 第六節 各集群與人口統計變數及消費行為 交叉分析 68 第七節 國籍與因素構面人口統計變數 - 消費行為 變數交叉分析 71 第八節 品牌與因素構面人口統計變數 - 消費行為 變數交叉分析 75 第六章 結論與建議 第一節 研究結論 80 第二節 建議 83 第三節 研究貢獻 86 第四節 後續研究建議 86 參考文獻 87 附錄 附錄一 資料分析圖表 89 附錄二 問卷

參考文獻

1. 方世榮譯，88，行銷學原理，東華書局，KOTLER & ARMSTEONG
2. 方世榮譯，88，行銷管理學，東華書局，Philip Kotler，3.
3. 王蕙君，90，由二類電信公司搶進ISR市場評國際電話市場之展望資策會MIC
4. 葉永泰，90，看費率戰對我國行動通訊業務發展之影響，資策會MIC
5. 黃貝玲，88，通訊業鬧哄哄
6. 詹晉宗，88，低話務量族群的福音大幅降低通話成本
7. 何伯陽，88，預付卡用戶消長
8. 周繼文，89，雷霆萬鈞 - 台灣大哥大傳奇
9. 江天池，87，行動電話預付卡對國內無線電叫人業務的衝擊 資策會MIC
10. 林山霖，91，高度成長後，2002年中國電信市場之後勢變化 資策會MIC 通訊產業研究組
11. 彭淑芬，90，隻手遮天 - 大哥大四大天王的電信大戰，商訊文化。
12. 周信利，90，外籍勞工勞務管理手冊 - - 生活管理篇
13. 吳明隆，89，SPSS 統計應用實務，松崗電腦圖書公司
14. 行政院勞委會，89，台灣地區外籍勞工運用及管理調查報告月。
15. 行政院勞委會，88，外籍幫傭在台現況的調查報告”
16. 李易昆，84，他們為什麼不行動？ - 外籍勞工行動策略差別之研究，輔仁大學應用心理研究所碩士論文
17. 郭瑜純，89，外籍幫傭個人屬性與生活型態關聯性之探索性研究
18. 東吳大學企業管理研究所碩士論文
19. 黃世雄，83，台灣地區外籍勞工生活適應問題及其相關因素之研究，文化大學勞工研究所碩士論文。
20. 行政院勞委會，78，中華民國八十四年台灣地區勞動統計月報
21. 陳正良，78，台灣地區外籍勞工之探討，勞工研究季刊
22. 魏錫玲，88，行動電話消費者購買行為及其市場區隔之研究 以北部地區居民為例，碩士論文，國立交通大學經營管理研究所
23. 林淑真，89，生活型態與購買涉入對品牌權益的影響研究----以電子字典為例，國立政治大學廣告研究所碩士論文
24. 葉佳宜，91，大型購物中心之區位與消費者生活型態對消費行為之影響研究，國立交通大學管理科學系碩士論文
25. 楊美怡，91，人格特質、價值觀與生活型態對後現代主義消費行為影響之研究:三個世代之比較研究
26. 簡卡芬，89，我國行動電話產業之競爭策略，國立交通大學經營管理研究所碩士論文
27. 李惠茹，90，企業外籍勞工管理措施與績效關聯之研究，國立中央大學人力資源管理研究所碩士論文