

工業工程與管理系

實務專題報告書

購買筆記型電腦選擇之研究—以 AHP 層級結構法分析

摘要

隨著電腦科技的進步，帶動其他週邊設備之開發及普及，行動通訊更是最熱門的話題。學校上課方式已不再是拿著粉筆塗鴉，而以多媒體教學生動呈現來取代。筆記型電腦最初對一般消費者而言，似高不可攀，然近來在每次資訊展中它都是「最熱門的促銷產品」。而如何以妳心目中的預算，選購最好的機種，往往沒有經過一些決策程序來評估。本研究在利用多屬性決策方法，在國人重視「價格」、「品牌」、「服務」…等採購的行為中，建構一個決策分析的過程，作為採購時參考。

利用層級結構法(Analytic Hierarchy Process, AHP)分析，參考學校圖書館之過去專題報告以及國家圖書館論文資料、相關書籍或網路資訊等，經過討論並整合，建立層級架構，選擇我們最終的決策方案，再從 AHP 問卷中進行成對比較、算出一致性。並且從計算出來的答案分析各家品牌優勢以及劣勢，探討出需要改進的關鍵點。

根據本研究所分析出來的結論，可以幫助業者在改善上能有明確的目標，以及能夠有方向地提升自家品牌的優勢。研究結果顯示，在評選準則中，個人偏好是消費者購買筆電的重要因素，其次依序為規格、服務、攜帶方便性。

關鍵詞：層級結構法、筆記型電腦、消費者行為