

# 摘 要

現今發展中的手機產業，針對顧客的滿意度來做市場調查，採取實際行動有效留住客戶群，並開發更多產品供客戶選擇。然而市場上成千上萬樣式的產品，消費者該如何選擇成了一種重要議題，滿足顧客需求成了廠商推廣智慧型手機的重要關鍵。

本研究將根據過去文獻探討，歸納出影響消費者購買的更種因素，另用分析層級程式法(Analytical Hierarchy Process. AHP)，找出各項因素之權重，期望依消費者客觀、量化的評分排序，能提供智慧型手機在發展新產品開發時為重要參考資料，以利公司獲取最大的經濟利益。

問卷的設計上，透過四項可行性的層面準則(簡易的操作介面、支援的娛樂設備、便利的行動商務、附加軟硬體設施)和八項評估準則。將問卷發給 19~25 歲年齡層的消費者，經由他們的評分排序後，可得知在產品設計要素中，問卷將準則分為「簡易的操作介面」、「支援的娛樂設備」、「便利的行動商務」、「附加軟硬體設施」。統計出來結果分別為：簡易的操作介面 (0.332)、支援的娛樂設備 (0.170)、便利的行動商務 (0.157)、附加軟硬體設施 (0.341)，其中權重顯示附加軟硬體設施最為顯著。