

一、計畫目標、背景與動機

本計畫旨在調查與分析統資系學生選擇手機品牌與型號的主要因素，進而了解目前在系上最受歡迎的手機品牌。隨著智慧型手機普及與科技快速更新，大家手中持有的手機型號與品牌各異，背後反映的可能是不同的使用需求與消費偏好。因此，我們團隊希望藉由設計問卷與資料分析，探討同學們在選購手機時最重視的條件，並推測未來換機趨勢與品牌忠誠度，以培養資料蒐集與分析能力，並增進對科技產品市場變化的認識。

二、學習方法與過程描述

本次專題以問卷調查方式進行，針對統資系各年級學生設計表單，內容涵蓋班級、性別、使用品牌、使用年資、購買類型（新機或二手機）、購機原因、滿意度評分、換機計畫與品牌偏好等面向。整體學習過程分為兩階段共四次討論。

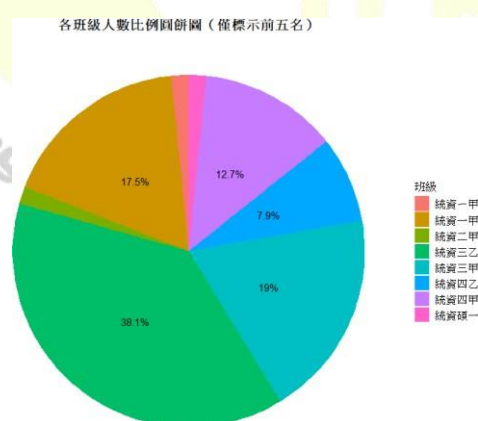
第一階段聚會於5月進行，主要針對計畫構想進行討論，包含確認主題方向與學習目標，並設計問卷題目及發放方式。我們預計透過Google表單蒐集資料，並鼓勵各年級成員轉發問卷，以提高回收率與樣本多樣性。

第二階段聚會於6月進行，重點為追蹤問卷回收狀況，並開始彙整數據。之後，我們將利用統計工具（如Excel、R）進行基本統計分析與視覺化，包括品牌分布長條圖、購機原因圓餅圖等，進一步探討品牌忠誠度與換機傾向之間的關聯。

此學習過程不僅訓練了我們從零開始進行問卷設計與資料整理的的能力，也加強了團隊合作與溝通技巧。在實際操作中，我們能將統計與資料分析所學應用於真實主題，讓學習變得更有感、更貼近生活。

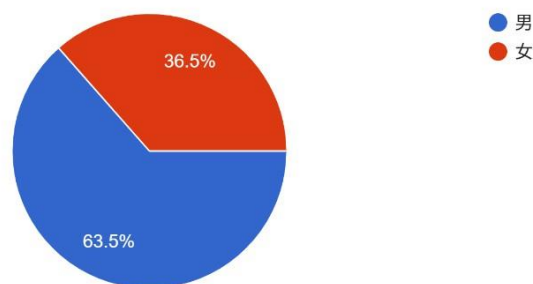
三、成果展示、數據圖表

各班級人數比例分析：



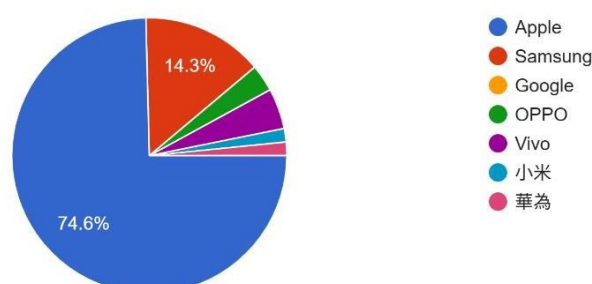
從圖中可見，本次問卷以統資三甲與統資三乙的回覆人數最多，合計佔超過一半，其次為統資二甲與四年級班級。整體樣本偏重於大三年級，顯示該年級學生參與度較高。

性別
63 則回應



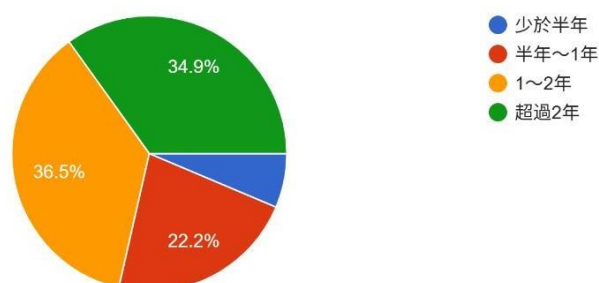
調查共回收 63 份問卷，其中男性佔 63.5%、女性佔 36.5%，反映統資系目前問卷樣本中男性比例較高。

1. 您目前使用的手機品牌是？
63 則回應



最多人使用的是 Apple (74.6%)，遠超其他品牌；其次為 Samsung (14.3%)，其他品牌如 Google、OPPO、Vivo、小米、華為皆低於 5%，顯示 Apple 在統資系學生中具有壓倒性優勢。

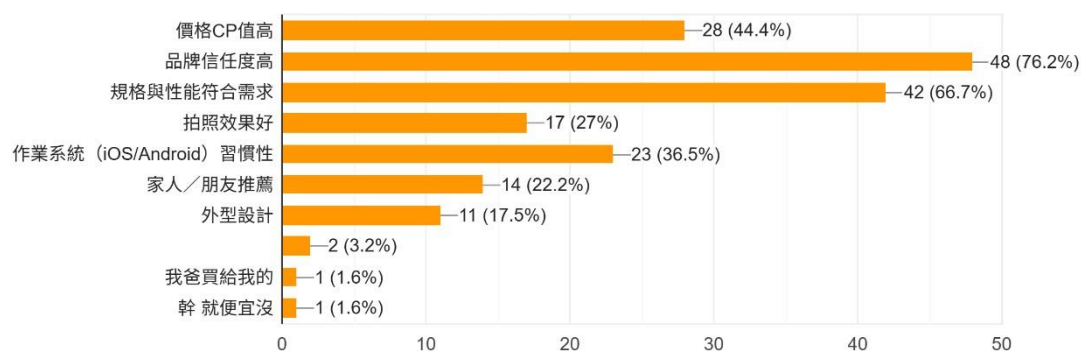
2. 您目前使用這支手機的年資是多久？
63 則回應



多數人使用的手機年資為 1~2 年 (36.5%) 及超過 2 年 (34.9%)，反映多數學生仍持續使用同一支手機超過一年以上，換機頻率不高。

3. 選擇這款手機的主要原因？（可複選）

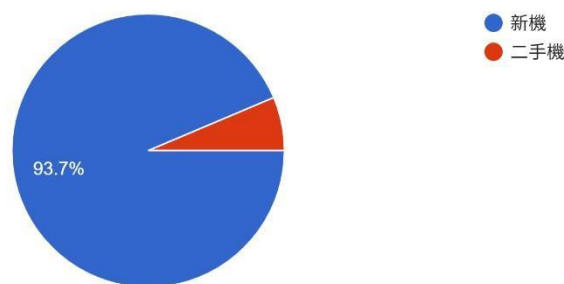
63 則回應



最常被提及的選擇原因為品牌信任度高（76.2%）、規格與性能符合需求（66.7%）、價格 CP 值高（44.4%），顯示理性與實用性因素為主要考

4. 您目前的手機是新購買還是二手機？

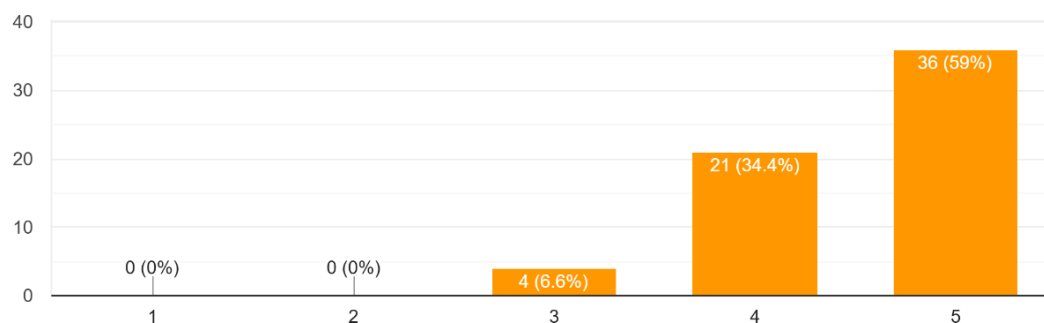
63 則回應



93.7% 的受訪者使用的是新機，二手機使用者極少，反映學生普遍偏好購買全新產品。

5. 您對目前這支手機的整體滿意度？（1~5分）

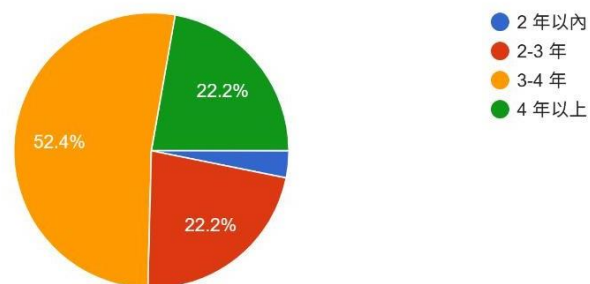
61 則回應



滿意度集中在 4 分與 5 分，且高達 59% 的人給出最高分 5 分，代表目前使用的手機整體滿意度相當高。

6. 您打算多久更換手機？

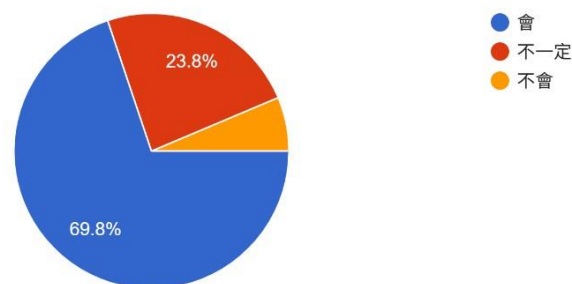
63 則回應



52.4% 的人預計會在 3~4 年內換手機，反映出目前學生換機週期約為三年左右。

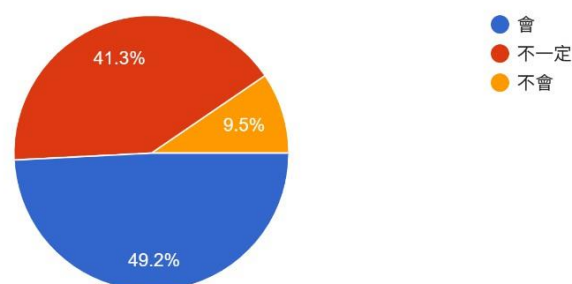
7. 您是否會因品牌忠誠度而持續選擇相同品牌？

63 則回應



8. 您是否會因功能差異而選擇他牌品牌？

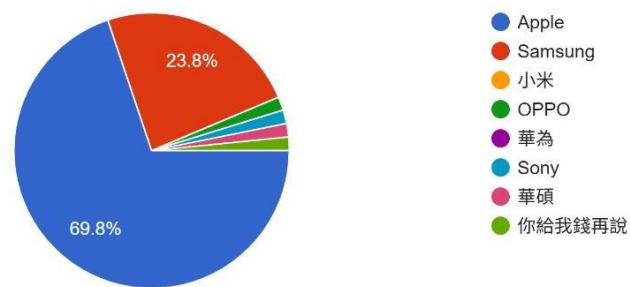
63 則回應



69.8% 的人表示會因品牌忠誠度持續選用同品牌，但也有 49.2% 的人表示若功能有差異也可能轉換品牌，顯示忠誠度與功能之間具互相影響的關係。

9.如果打算更換，下一支手機會偏好哪個牌子？

63 則回應



Apple 再次成為最多人未來的偏好品牌（69.8%），顯示 Apple 在學生心中仍具高度黏著度與好感。

四、收穫與反思

透過本次自主學習計畫，我們學會如何從零開始設計一份具結構性的問卷，並實際進行資料的蒐集與分析。從主題發想、題目設計、問卷發放到最後的統整與視覺化圖表製作，每一個階段都讓我們更加熟悉統計調查的流程與應用工具的操作。此外，我們也更理解消費者在選擇手機時的行為模式，像是品牌信任度、性能與價格的取捨等，讓理論結合生活，提升了學習的實用性與趣味性。

這次經驗也讓我們深刻體會到團隊合作的重要性。從多次討論到資料彙整，過程中需要良好的溝通與分工，才能順利完成任務。雖然中間也遇到樣本不平衡或回收不如預期等挑戰，但我們都能共同面對與調整。整體而言，這次活動不僅提升了我們的統計實作能力，也增進了解決問題與協作的的能力。

五、未來改進

本次計畫雖順利完成，但在執行過程中仍有改進空間。首先，問卷樣本在班級分布上略顯不均，未來若能更平均地蒐集各年級與班級的回應，將有助於提升分析的代表性與可信度。其次，部分問題選項設計仍可更精緻，例如在購機原因的複選題中可加入權重設定，讓分析結果更具深度。此外，未來也可加入開放性問題，了解受訪者對品牌的主觀看法，以補足量化資料的不足。最後，若時間與人力允許，未來可擴大調查對象至其他系所或校區，以進行跨群體比較，進一步拓展研究廣度與應用價值。

