

高雄市高英高級工商職業學校

Kao Ying Industrial Commercial Vocational High School

專題製作報告



隱形眼鏡之消費市場分析

指導教授：_____ 陳灯能 _____ 博士

指導老師：_____ 盧沛明 _____ 老師

科別班級：_____ 資料處理 科 _____ 3 年 _____ 2 班

座 號：_____ 10、14、18、28 _____

姓 名：_____ 胡佳琳、張簡雯燕、陳雅琳、余旭陽 _____

中 華 民 國 101 年 02 月

目錄

壹、前言.....	1
一、研究的動機.....	1
二、研究目的.....	1
三、研究流程.....	1
貳、正文.....	2
一、文獻探討.....	2
二、消費者選擇隱形眼鏡的理由之相關研究.....	3
參、問卷分析與說明.....	6
一、研究方法與對象.....	6
二、問卷分析.....	6
肆、結論與建議.....	12
一、結論.....	12
二、建議.....	12
參考文獻.....	14

圖表索引

圖 1 研究流程.....	1
圖 2 性別分析圖.....	6
圖 3 年齡分析圖.....	6
圖 4 職業分析圖.....	6
圖 5 消費者喜愛品牌分析圖.....	7
圖 6 品牌忠誠度分析圖.....	7
圖 7 購買特價品牌分析圖.....	7
圖 8 選擇特價品牌原因分析圖.....	8
圖 9 購買此品牌後的滿意度分析圖.....	8
圖 10 隱型眼鏡一副/一盒的價格	8
圖 11 隱形眼鏡配戴時間分析圖.....	9
圖 12 超過 8 小時的原因分析圖.....	9
圖 13 時間已超過還會繼續使用分析圖.....	9
圖 14 還會繼續使用的原因分析圖.....	10
圖 15 首要條件分析圖.....	10
圖 16 款式分析圖.....	10
圖 17 可戴期數多久分析圖.....	11
圖 18 配戴隱形眼鏡的原因分析圖.....	11
圖 19 最大影響分析圖.....	11
表 1 拋棄式類型.....	3

隱形眼鏡之消費市場分析

摘要

隱形眼鏡在現代越來越便利了，也有許多消費者在使用隱形眼鏡，隱形眼鏡不僅讓消費者的活動更方便也更讓自己更有自信，讓隱形眼鏡的市場在台灣更廣大。本專題透過這次探討消費者的忠誠度、消費者滿意度、產品價格、便利性、隱形眼鏡對消費者的影響來作來了解消費市場的分析。

關鍵字：隱形眼鏡、眼鏡

壹、前言

一、研究的動機

隨著科技的進步，對生活忙碌的人們也越來越便利，隱形眼鏡就是一個不錯的例子，隱形眼鏡是大多近視者的需求，而現代人為了追求外表的美觀也慢慢放棄戴傳統眼鏡改戴隱形眼鏡，由於隱形眼鏡的興起也讓業者推出許多種類和品牌提供消費者選擇，在這麼多的選擇當中消費者如何去選擇適合自己的隱形眼鏡呢哪一家品牌是最受到消費者的喜愛的呢?為什麼消費者都不選擇戴傳統眼鏡而選擇戴隱形眼鏡，是為了便利還是因為美觀呢?這是本專題所要探討的問題。

二、研究目的

依據上述研究背景與動機，本組提出以下之研究目的：

- (一)研究使用隱形眼鏡消費者的年齡層和性別。
- (二)使用隱形眼鏡的品牌、款式、價格。
- (三)為什麼會想使用隱形眼鏡。

三、研究流程

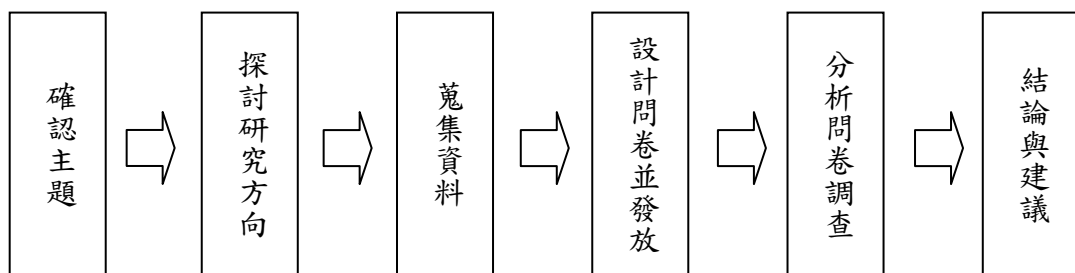


圖 1 研究流程

貳、正文

一、文獻探討

(一)隱形眼鏡的起源

回顧隱形眼鏡的歷史，從達文西、笛卡兒、湯瑪斯·楊，赫胥爾說起。他們提出了一些關於接觸鏡片的理論，因而啟發後世學者與科學家投入研發，造就今日隱形眼鏡不管是在軟式、硬式與角膜塑型鏡片的廣大市場，1887年德國科學家 Adolf Eugen Fick 成功造出第一副隱形眼鏡，但透氧率過低，容易引發角膜炎等眼病。1938年 Mullen 和 Obring 使用了 PMMA 做為材料，製造出第一副全塑膠隱形眼鏡，1940年美國紐約的 Obring 是以壓克力系的 plexiglass 研發出全塑膠隱形眼鏡。1961年捷克化學家 Otto Wichterle 發明出軟性隱形眼鏡。1970年推出透氣性較高的硬性隱形眼鏡，直徑小，又是高透氧的材料，是隱形眼鏡愛好者理想的選擇。今日已經超過一億二千多萬的人口使用隱形眼鏡。

(二)台灣隱形眼鏡市場現況

台灣有近視王國的稱呼，近視人口達到六成以上，每兩個人中就有一個人近視。而在所有近視人口中，有三成是配戴隱形眼鏡，約有二百五十萬人，每年創造超過四十億元新台幣的產值，而其中有七成五的消費者使用拋棄式隱形眼鏡，龐大的商機讓台灣成為亞洲隱形眼鏡市場的兵家必爭之地。隱形眼鏡是屬於衛生署的規範中屬於醫療器材，而無法上電視廣告，但經廠商向衛生署說服放寬規定，才能讓隱形眼鏡能上電視廣告，而台灣隱形眼鏡市場的競爭也才能節節上升。

(三)隱形眼鏡種類介紹

1.隱形眼鏡目前已發展出二種主要鏡片型式：

(1)硬式隱形眼鏡:

透氧率好，因鏡片比眼珠小，減少鏡片包覆面積所導致的角膜缺氧，而硬式隱形眼鏡有一個大缺點，第一次配戴起來有異物感，可能因劇烈運動導致掉落，接受度較低。

(2)軟式隱形眼鏡

軟式隱形眼鏡是現在市面上最普遍的，配戴較舒適、較無異物感。而缺點是容易在鏡片上黏附雜質，若沒有消毒乾淨可能會造成感染、導致結膜炎等。

2.又可以依使用時間區分成：

(1)長戴型

長戴型可以針對眼球幅度來做為舒適的選擇，長戴型使用年限長，不像拋棄式用完就丟。

(2)拋棄型

拋棄型隱形眼鏡都是屬於軟式材質，有日拋型、雙週拋型、月拋型等。

表 1 拋棄式類型

日拋型	每天使用完就丟，當然是最方便又最沒感染的可能，但價格太高。使用日拋型的消費者，誠心建議您，不要為了節儉而延長使用時間，使眼睛感染機會提高，這樣既花錢又傷眼睛。
雙週拋型	大概可以使用二週就要替換，一般價格約，消費者比較可以接受的範圍，不像日拋型的價格那麼貴。
月拋型	由於價格的限制，有廠商推出每個月一拋的的隱形眼鏡，一般價格約：六片/1800 元。

3.也可依鏡片顏色再區分成：

(1)透明鏡片

透明顏色可以增強眼睛的自然顏色。顏色有海綠和太平洋藍提供消費者選擇。

(2)有色鏡片

有色隱形眼鏡款式很多，其中有一款加大虹膜範圍的有色鏡片，配戴起來眼睛看起來比較大。

(四)預防隱形眼鏡併發症

隱型眼鏡是貼附在角膜的淚液層，許多因素都有可能對角膜產生傷害，而引發各種併發症。現將可以避免隱型眼鏡引發各種併發症簡述於下：

- 1.睡覺時不要戴隱形眼鏡，會對角膜的供氧和淚液迴圈有相當的影響。鏡片上黏附的雜質，都有可能引起角膜過敏或炎症的症狀，而提高感染的可能。
- 2.要遵照配戴隱形眼鏡說明書的使用方法，定期清洗鏡片及鏡盒，降低細菌的感染源。
- 3.千萬不要用自來水、開水、蒸餾水或自製生理食鹽水來清潔鏡片，護理液要每天更換。
- 4.不要配戴過期或有破損的鏡片，才不會使角膜受損。
- 5.如果因配戴隱形眼鏡所產生的不適，例如紅腫、疼痛、流淚時，請立刻取下鏡片，請立刻到眼科診所請醫生檢查、治療。

二、消費者選擇隱形眼鏡的理由之相關研究

(一)顧客忠誠度

是指「顧客對購買某一特定品牌所支持的傾向」，而針對不同產業對象，顧客忠誠度的定義也會不一樣。

鍾德炤、許德漢(2007)認為顧客忠誠度是顧客對某一家廠商的產品、人員或服務所產生依賴或好感。而忠誠的顧客是廠商最好的廣告媒介，透過顧客介紹，很快就可以找到一群具有高消費能力的顧客。

蕭文傑(2003)無論是何種企業，顧客忠誠度都是最關鍵的問題，是支配消費

者實際購買行為的重要因素。消費者在使用某項產品或是參予某項活動後，在心裡所產生出來的想法影響後來的消費行為。

(二)顧客滿意度

顧客滿意對一個企業是很重要的，而追求更高的滿意度，是企業努力爭取的目標，也是企業成長的重要關鍵。

黃娟娟(2005)認為顧客滿意度是消費者購買產品之後，對產品所產生的一種滿足感，此滿足感與事前所期望或心理預期的感受是一致的，顧客滿意程度越高對將來購買意願將有一定的影響。

蘇元含(2002)認為顧客滿意是顧客對某一服務的期望，與服務提供者實際提供的程效比較之後，所產生出愉快或失望的感知狀況。

葉凱莉、喬友慶(2000)提出顧客滿意是指由消費者所預期的程度和認知的成效，兩者交互成用所導致，理想與預期兩者皆為產品績效的標準，是用來衡量產品實際績效所達到的程度，而產生滿意和不滿意。

呂能鴻(2006)提出顧客滿意度是由一種消費態度所形成的，也就是消費者在購買產品或接受服務以後，所作出的整體評估。

楊錦洲(2001)提出顧客滿意是指在顧客接受某依特定交易或服務的時候，所感受到的一種合乎我意的。

(三)產品價格

張秋師(2003)指出價格是訂出消費者能接受且有能力負擔的價格，應用範圍包含服務等級扣折、折價、佣金；付款期限、消費者所感受到的價值、服務品質與價格的匹配、服務差異化。而訂價的基本原則是，根據消費者願意對產品或服務的品質付出多少金額

王珮瑜(2002)消費者對價格越在意或在財貨的限制上，會做越多的價格比較行的為。

鄭紹成(2004)消費者選擇產品「價格」是決定的重要因素，是行銷組合中最有收益且具有彈性的要素，價格成為了左右消費者購買的因素。

沈鈺英(2001)認定價格是購買者和銷售者在市場進行買賣時，雙方同意也願意接受的金額。

(四)產品便利性

何育秀(2000)證實便利對消費者的購買數量、購買次數、購買金額都會有影響。

(五)隱形眼鏡對消費者的影響

王鈺婷、劉靖婷(2008)提出大學生重視隱形眼鏡的方便、美觀與舒適度，配戴時間超過8~12小時，可能是與上課、打工或生活型態有關。

愛爾康(2004)、威達(2006)配戴隱形眼鏡不當，可能會造成眼睛不適，現在越來越多人配戴隱形眼鏡，但在保養上並沒有正確的認知，鏡片髒污、超時配戴等原因，導致眼睛出問題。

胡凱雯(2008)隱形眼鏡使用方便，又有效矯正視力，不用去承擔近視手術的

風險。而隱形眼鏡是直接接觸角膜，常容易引起眼睛的症狀，配戴時要選擇正確，如果配戴不合，輕者會不適應，嚴重的可能會造成角膜受損影響視力。

依據上述相關的文獻整理，我們以消費者忠誠度、消費者滿意度、產品價格、便利性、隱形眼鏡對消費者的影響作為了解消費者對隱形眼鏡的選擇滿意與否的探討要素。

參、問卷分析與說明

一、研究方法與對象

本專題問卷內容是參考文獻及邀請科內專任老師校訂，本次共發出 100 份問卷，訪問對象為在商圈逛街的民眾和火車站的民眾。問卷設計共 18 個問題，基本資料 3 題(1~3)，消費者忠誠度 3 題(4~6)，消費者滿意度 2 題(7~8)，產品價格 1 題(9)，便利性 4 題(10~13)，隱形眼鏡對消費者的影響 5 題(14~18)

二、問卷分析

(一)基本資料

1.性別

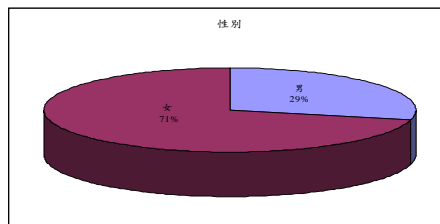


圖 2 性別分析圖

由圖 2 數據得知，所會購買隱形眼鏡的性別「女性」佔最多有 71%，「男性」佔有 29%。可得知購買隱形眼鏡為女性消費者居多。

2.年齡

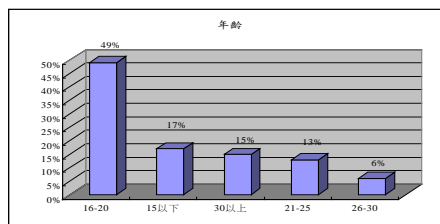


圖 3 年齡分析圖

由圖 3 數據得知，所會購買隱形眼鏡的年齡「16-20 歲」佔最多有 49%，「15 以下」佔有 17%，「30 以上」佔有 15%，「21-25」佔有 13%，「26-30」佔有 6%。可得知購買隱形眼鏡的年齡都以 16-20 歲的消費者居多。

3.職業

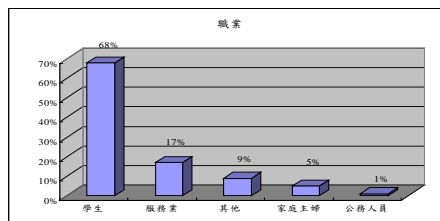


圖 4 職業分析圖

由圖 4 數據得知，所會購買隱形眼鏡的職業「學生」佔最多有 68%，「服務業」佔有 17%，「其他」佔有 9%，「家庭主婦」佔有 5%，「公務人員」佔有 1%，可得知現在購買隱形眼鏡都是以學生居多。

(二)內容分析

1.消費者忠誠度

(1)消費者喜愛品牌分析

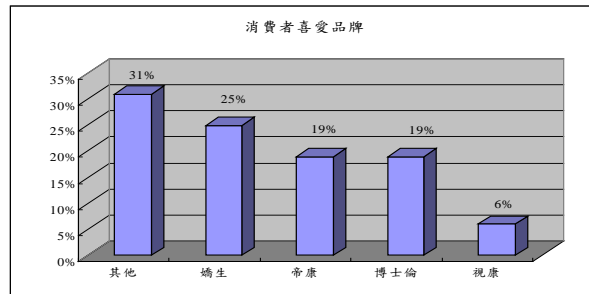


圖 5 消費者喜愛品牌分析圖

由圖 5 數據得知，所會購買隱形眼鏡的愛用的品牌「其他」佔最多有 31%，「嬌生」佔有 25%，「博士倫」佔有 19%，「帝康」佔有 19%，「視康」佔有 6%。

可得知購買其他品牌的比較多，他們可能是考慮到此品牌的價格，才決定要不要購買此品牌。

(2)品牌忠誠度分析

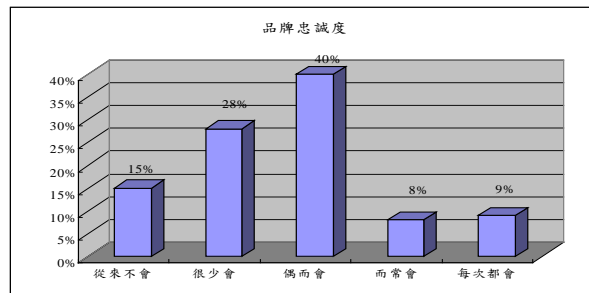


圖 6 品牌忠誠度分析圖

由圖 6 數據得知，所會購買隱形眼鏡會改買特價品牌「偶爾會」佔最多有 40%，「很少會」佔有 28%，「從來不會」佔有 15%，「每次都會」佔有 9%，「時常會」佔有 8%。

(3)購買特價品牌原因分析

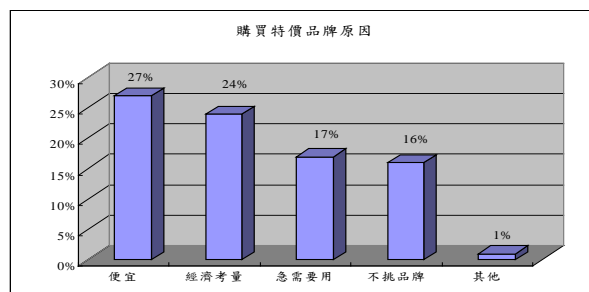


圖 7 購買特價品牌分析圖

由圖 7 數據得知，消費者會選擇特價品牌,而不選擇自己平時購買的品牌得原因，「便宜」27%佔最多、其次「經濟考量」佔有 24%、「急需要用」佔有 17%、

「不挑品牌」佔有 16%、「其他」佔有 1%。

2. 消費者滿意度

(1) 選擇此品牌原因分析

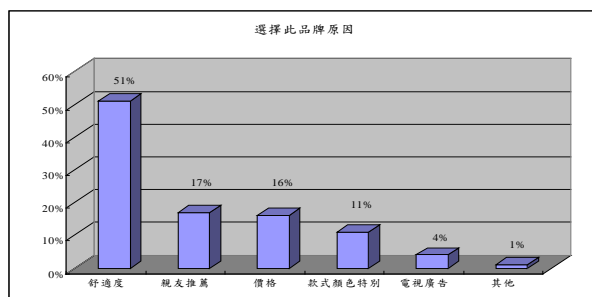


圖 8 選擇特價品牌原因分析圖

由圖 8 數據得知，消費者選擇此品牌的原因「舒適度」51%佔最多、其次「親友推薦」佔有 17%、「價錢」佔有 16%、「款式顏色特別」佔有 11%、「電視廣告」佔有 4%、「其他」佔有 1%。

(2) 購買此品牌後的滿意度分析

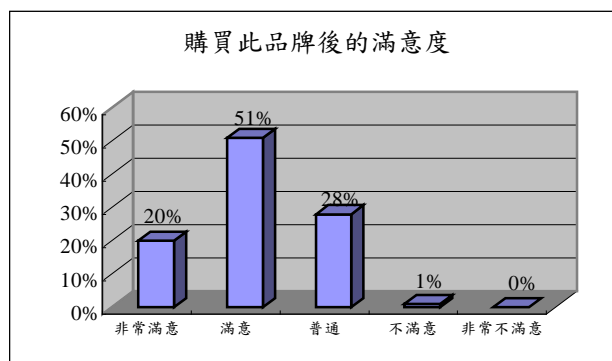


圖 9 購買此品牌後的滿意度分析圖

由圖 9 數據得知，消費者自己選擇的品牌後的滿意度如何佔最多的是「滿意」51%、其次「普通」佔有 28%、「非常滿意」佔有 20%、「不滿意」佔有 1%、「非常不滿意」佔有 0%。

3. 產品價格

(1) 您購買隱形眼鏡一副/一盒的價格分析

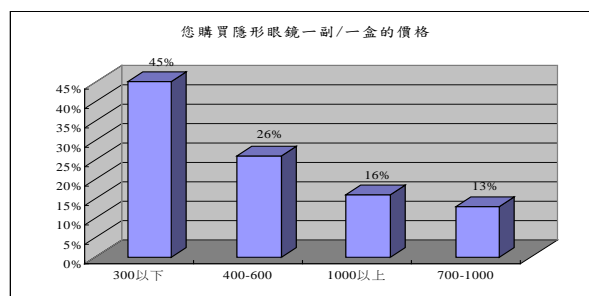


圖 10 隱型眼鏡一副/一盒的價格

由圖 10 數據得知，消費者購買隱形眼鏡的價格佔最多的是「300 以下」佔

有 45%、其次「400-600」佔有 26%、「700-1000」佔有 13%、「10000 以上」佔有 16%。

4. 便利性

(1) 隱形眼鏡配戴時間分析

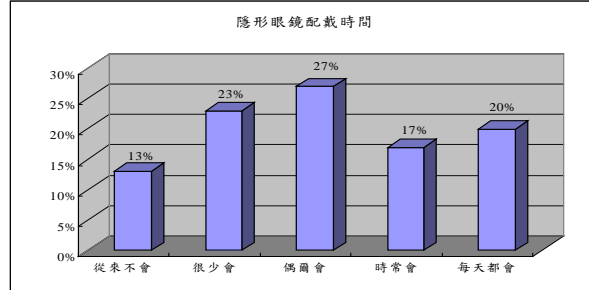


圖 11 隱形眼鏡配戴時間分析圖

由圖 11 數據得知，消費者配戴隱形眼鏡會超過八小時，「偶爾會」佔最多 27%、其次「很少會」佔有 23%、「每天都會」佔有 20%、「時常會」佔有 17%、「從來不會」佔有 13%。

(2) 承上題，超過 8 小時的配戴時間原因分析(不包含從來不會配戴超過 8 小時之消費者)

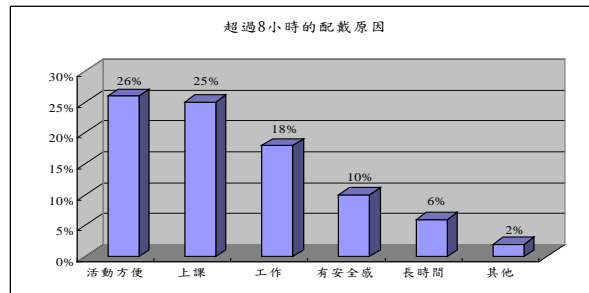


圖 12 超過 8 小時的原因分析圖

由圖 12 數據得知，隱形眼鏡配戴超過 8 小時的原因「活動方便」佔最多 26%、「上課」佔有 25%、「工作」佔有 18%、「有安全感」佔有 10%、「長時間」佔有 6%、「其他」佔有 2%。由此可知，隱形眼鏡配戴超過 8 小時的原因由活動方便為居首。

(3) 隱形眼鏡配戴時間已超過還會繼續使用分析

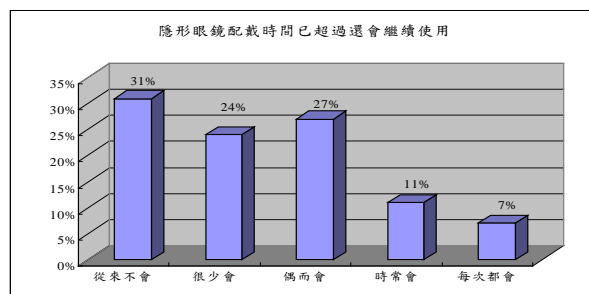


圖 13 時間已超過還會繼續使用分析圖

由圖 13 數據得知，隱形眼鏡配戴時間已超過還會繼續使用「從來不會」佔有 31%、「偶而會」佔有 27%、「很少會」佔有 24%、「時常會」佔有 11%、「每次都」佔有 7%。由此可知，隱形眼鏡配戴時間已超過還會繼續使用從來不會的比例為最高。

(4) 還會繼續使用的原因分析

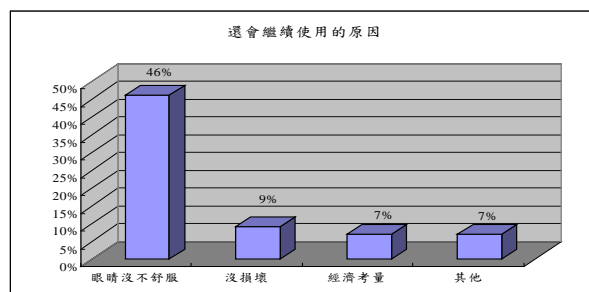


圖 14 還會繼續使用的原因分析圖

由圖 14 數據得知，隱形眼鏡配戴超過 8 小時還會繼續使用的原因為「眼睛沒不舒服」佔有 46%、「沒損壞」佔有 9%、「經濟考量」和「其他」各佔了 7%。由此可知，隱形眼鏡配戴超過 8 小時還會繼續使用的原因為眼睛沒不舒服的比例最高。

5. 隱形眼鏡對消費者的影響

(1) 選擇隱形眼鏡的首要條件分析

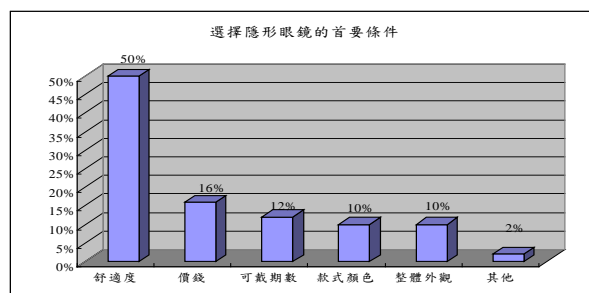


圖 15 首要條件分析圖

由圖 15 數據得知，選擇隱形眼鏡的首要條件「舒適度」佔有 50% 為最多、「價錢」佔有 16%、「可戴期數」佔有 12%、「款式顏色」和「整體外觀」各佔了 10%、「其他」佔了 2%。由此可知，選擇隱形眼鏡的首要條件舒適度為居首。

(2) 您通常會使用的款式分析

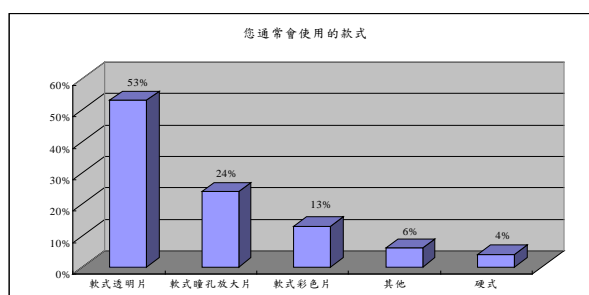


圖 16 款式分析圖

由圖 16 數據得知，通常會使用的款式為「軟式」佔最多 53%、「瞳孔放大片」佔有 24%、「彩色片」佔有 13%、「其他」佔有 6%、「硬式」佔有 4%。由此可知，通常會使用的款式為軟式居多，軟式隱形眼鏡是現在市面上最普遍的，配戴較舒適、較無異物感，所以消費者比較能接受。

(3)您要購買隱形眼鏡，會買可戴多久的分析

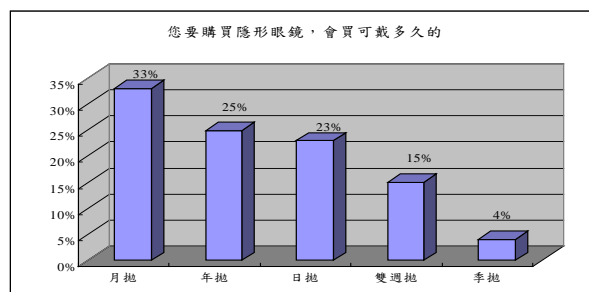


圖 17 可戴期數多久分析圖

由圖 17 數據得知，所會購買隱形眼鏡的期數「月拋」佔最多有 33%、其次「年拋」佔有 25%、「日拋」佔有 23%、「雙週拋」佔有 15%、「季拋」佔有 4%。

(4)您配戴隱形眼鏡是因為

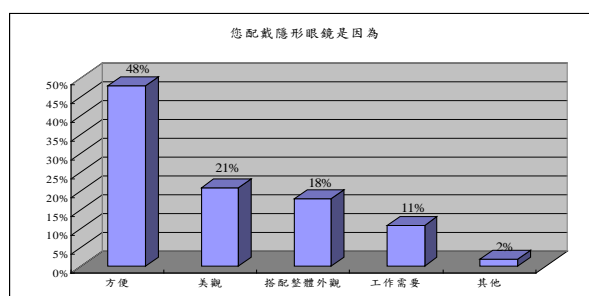


圖 18 配戴隱形眼鏡的原因分析圖

由圖 18 數據得知，配戴隱形眼鏡主要因素是「方便」佔最多有 48%、其次「美觀」佔有 21%、「搭配整體外觀」佔有 18%、「工作需求」佔有 11%、「其他」佔有 2%。

(5)您配戴隱形眼鏡後所帶來的最大影響

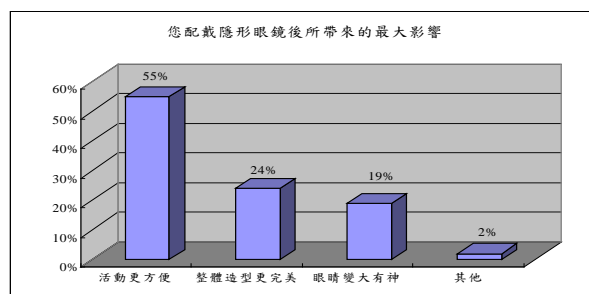


圖 19 最大影響分析圖

由圖 19 數據得知，配戴隱形眼鏡後所帶來的最大影響「活動更方便」佔最多有 55%、其次「整體造型更完美」佔有 24%、「眼睛變大有神」佔有 19%、「其他」佔有 2%。隱形眼鏡帶給消費者在活動更方便。

肆、結論與建議

一、結論

本專題以消費者忠誠度、消費者滿意度、產品價格、便利性、隱形眼鏡對消費者的影響作為了解消費者對隱形眼鏡的選擇滿意分析提出結論：

(一)消費者忠誠度方面

購買隱形眼鏡的消費者主要為學生族群，大部分的消費者購買隱形眼鏡無固定的品牌。當有品牌特價就放棄原先所購買的品牌，改買特價品牌，主要原因是因為便宜而所購買此品牌。但也有少部分的消費者堅持購買原先所購買的品牌。

(二)消費者滿意度方面

消費者對自己所購買的隱形眼鏡都感到滿意，大部分消費者購買隱形眼鏡的首要條件為舒適度，第二條件才是以價錢作為考量，款式是以軟式透明片為最多人使用，可戴期數是以月拋為最多人購買。

(三)產品價格方面

購買隱形眼鏡的消費者為學生族群居多，所以購買隱形眼鏡的金額大約是在300元以下，這個價錢也是學生族群可以負擔的範圍。

(四)便利性方面

隱形眼鏡對消費者越來越方便，現在的消費者幾乎是每天配戴隱型眼鏡，而時間都是超過正常配戴的時間(8小時)，超過8小時的原因是以活動方便為最多，大部分的消費者是不會繼續使用過期的隱形眼鏡，但少數的消費者會繼續使用過期的隱形眼鏡，原因最多為眼睛沒不舒服就繼續使用已過期的隱形眼鏡。

(五)隱型眼鏡對消費者的影響方面

消費者主要配戴隱形眼鏡第一為方便、第二為美觀，隱形眼鏡不僅讓消費者的生活更方便、活動更自在，也讓少數消費者對自己更有自信。而取得也很方便，到各家眼鏡行購買即可。

二、建議

為了要讓隱形眼鏡更多消費者使用、更多消費者可以接受。本小組對隱形眼鏡店家出幾點建議供參考：

(一)消費者忠誠度方面

許多消費者購買的品牌大多為便宜的品牌，價格太貴的消費者會無法接受，建議業者可降低價格或在某特定期日特價品牌、或對某一族群給予優惠、或是買某一特定品牌就送隱形眼鏡周邊相關物品。

(二)消費者滿意度方面

大多消費者選擇品牌時是以舒適度為考量，建議業者可推出含水量較高的產品，讓消費者配戴起來更舒適，也能增加消費者購買次數。

(三)產品價格和隱形眼鏡對消費者的影響方面

許多消費者平均一天配戴隱形眼鏡的時間大約是6至12小時，超過12小時

以上的人幾乎是很少的，很有可能是因為消費者覺得配戴隱形眼鏡的時間過久會對眼睛造成不舒適或是傷害，還有隱形眼鏡也有可能使消費者發生眼睛病變，所以隱形眼鏡應該需要多加強舒適度這一方面，也需要再考量更適合隱形眼鏡售出的價格。

(四)便利性方面

隱形眼鏡對於散光較高的消費者沒有多種的選擇、也較難找到合適的隱形眼鏡。不難就是要訂做，而也只能配戴透明片。建議店家可推出多種款式及顏色供散光較高的消費者使用，讓隱形眼鏡更方便於消費者，不會在為了找不到合適的隱形眼鏡而煩惱。

參考文獻

- [1]黃娟娟(2005)。運動用品業行銷策略與顧客滿意度。忠誠度之相關研究-以中部地區大專學生為例。亞洲大學經營管理。
- [2]蘇元含(2002)。運動線性結構模式探討服務品質對顧客滿意度與顧客忠誠度之影像-以中油加油站為例。國立東華大學企業管理學系。
- [3]呂能鴻(2006)。消費者行為。華立圖書股份有限公司
- [4]蕭文傑(2003)。顧客價值與顧客忠誠度關係之研究-以 T 連鎖餐廳為例。國立高雄第一科技大學行銷與流通管理所碩士論文。
- [5]胡凱雯(2008)。拋棄式隱形眼鏡之探討。國立蘇澳高級海事水產職業學校。
- [6]王珮瑜(2002)。消費者價格搜尋行為與價格知識之探討-以量販店為例。成功大學國際企業研究所碩士論文。
- [7]楊錦洲(2001)。顧客需求與滿意度調查。
- [8]王鈺婷(2008)。「玩」美瞳孔慎選合格鏡片。
- [9]劉靖婷(2008)。怎樣才能正確選擇隱形眼鏡呢。
- [10]愛爾康(2004)。實踐大學視力保健活動。
- [11]威達(2006)。迷思!調查：逾 4 成隱形眼鏡族曾戴隱形眼鏡睡覺。
- [12]何育秀(2000)。消費者選擇電子商務購買決策因素之研究。
- [13]鄭紹成(2004)。行銷學：本土國際與視野。
- [14]張秋師(2003)。遊客對公民營遊樂區行銷組合策略之比較-以玉山國家公園、劍湖山世界及阿里山森林遊樂區為例。國立嘉義大學林業研究所。
- [15]沈鈺英(2001)。競爭策略與定價策略配合對新產品績效影響之研究-以產品專利類型為分析。
- [16]葉凱莉、喬有慶(2000)。從管理機會方格看顧客滿意度-以百貨公司為例。企銀季刊。23 (4)，76-86。2011 年 11 月 25 日。http://readopac2.ncl.edu.tw/nclserialFront/search/search_result.jsp?la=ch&relate=XXX&dtdId=000040&search_index=all&search_value=%E5%96%AC%E5%8F%8B%E6%85%B6%24&search_mode=。
- [17]鍾德炤、許德漢(2007)。學校入口網站服務品質、學生滿意度及學生忠誠度之研究-以美和技術學院為例。南臺灣資訊科技與應用研討會。275-284。2011 年 11 月 05 日。<http://www.airiti.com/CEPS/ec/ecjnlarticleView.aspx?jnlcattype=1&jnlptype=2&jnltype=467&jnlid=3942&issueid=60897&atliid=1043336>
- [18]青商眼鏡有限公司。2011 年 11 月 26 日。<http://www.youngglasses.com/contact-lens.html>。
- [19]維基百科。2011 年 11 月 14 日。http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E9%9A%90%E5%BD%A2%E7%9C%BC%E9%95%9C#cite_note-Barr-0#cite_note-Barr-0。
- [20]隱形眼鏡專區。2011 年 11 月 07 日。<http://www.firstgroup.com.tw/contactlens.htm>。
- [21]明報健康網。2011 年 11 月 10 日。<http://www.mingpaohealth.com/cfm/news3.cfm?File=20080711/news/gso2.txt>。
- [22]視覺光學博士-賴欲源。2011 年 11 月 07 日，http://www.alcon.com.tw/express/html_3/newpage5.htm。

附錄 1 問卷

您好，我們是高英工商資料處理科的學生，這是一份有關隱形眼鏡的問卷調查，希望您能針對以下的題目提供您的回答。這份問卷僅提供我們做統計用的不會有任何的用途，您填寫的內容我們會保密，麻煩您協助我們填寫這份問卷，感謝您百忙之中填寫我們的問卷。謝謝您的合作!

高英高級工商職業學校
學生:胡佳琳、張簡雯燕、陳雅琳、余旭陽

▲基本資料

- 1.性別：男 女
- 2.年齡：15歲以下(含15歲) 16~20歲 21~25歲 26~30歲 30歲以上
- 3.職業：學生 公務人員 服務業 家庭主婦 其他_____

▲▲問卷內容

◎消費者忠誠度

1.您愛用的品牌是

帝康 視康 博士倫 嬌生 其他_____

2.當有特價品牌,您會捨棄平時購買的品牌而改買特價品牌

從來不會 很少會 偶而會 時常會 每次都會

3.承上題，購買特價品牌的原因(若選擇從來不會，請跳到下題)

便宜 不挑品牌 經濟考量 急需要用 其他_____

◎消費者滿意度

4.承1題，您選擇此品牌的原因是

價錢 舒適度 款式顏色特別 親友推薦 電視廣告 其他_____

5.您對購買此品牌後的滿意度如何

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

◎產品價格

6.您購買隱形眼鏡一副/一盒的價格大約

300元以下 400-600元 700-1000元 1000元以上

◎便利性

7.每天配戴隱形眼鏡會超過8個小時嗎

從來不會 很少會 偶而會 時常會 每天都會

8.承上題，超過8小時的原因(若選擇從來不會，請跳到下題)

工作 上課 習慣長時間配戴 有安全感 活動方便 其他_____

9.隱形眼鏡配戴時間已超過還會繼續使用嗎

從來不會 很少會 偶而會 時常會 每次都會

10.承上題，還會繼續使用的原因(若選擇從來不會，請跳到下題)

沒損壞就繼續使用 眼睛沒不舒服就繼續使用 經濟考量 其他_____

◎隱型眼鏡對消費者的影響

11.選擇隱形眼鏡的首要條件

舒適度 價錢 款式顏色 整體外觀搭配 可戴期數 其他_____

12.您通常會使用的款式

硬式 軟式透明片 軟式彩色片 軟式瞳孔放大片 其他_____

13.您要購買隱形眼鏡，會買可戴多久的

日拋 雙週拋 月拋 季拋 年拋

14.您配戴隱形眼鏡是因為

方便 美觀 工作需要 搭配整體外觀 其他_____

15.您配戴隱形眼鏡後所帶來的最大影響

眼睛變大有神 整體造型更完美 活動更方便 其他_____

再次感謝您的配合！