

影響購買電動機車的關鍵因素之研究 -以亞東騎士族為例

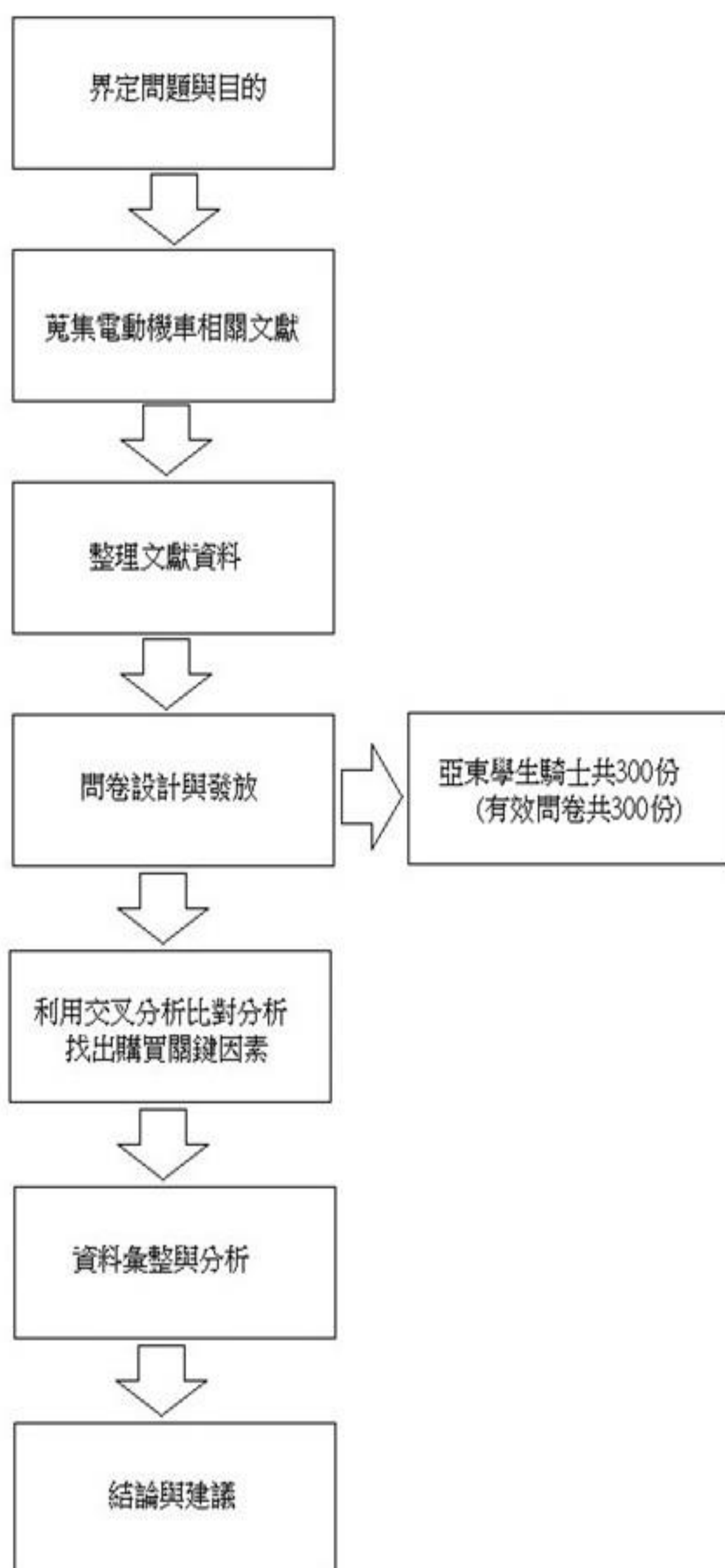
專題研究學生：100105217董俊宏、100105228張金福

100105231黃偉綱、100105259許仕鍔

指導教授：李明亮

為減少空氣汙染日益嚴重，及石油燃料的消耗所造成的汙染，台灣於1997年升格為準直轄市之機會，率先以前瞻性的角度先於環保局成立低碳社區發展中心。由於問卷填寫者以亞東技術學院學生為例，並以新北市為例，新北市由於地狹人稠，空氣汙染嚴重，且機車為主要之交通運具，使得綠色運輸成為低碳城市計畫的重要環節。為增加民眾對於電動機車及相關補助之了解，新北市舉辦許多行銷、推廣及試乘活動，希望能夠提升消費者購買電動機車的意願及關注，用以取代傳統燃油機車。但目前電動機車的銷售量仍低於政策預期之目標，因此為有效提升消費者購買意願，已達到低碳城市計畫的減碳目標，本研究希望找出影響消費者購買電動機車的關鍵因素，以作為未來政府、廠商制定相關政策、推廣及設計時的參考。

本研究根據文獻整理與發放問卷300份，從中得到了數項會影響消費者購買電動機車的變數，另配合行銷4P：產品（Product）、價格（price）、管道（Place）、促銷（Promotion），並以交叉比對法得知構面項目的比率關係。由本研究得知，發現消費者購買的關鍵之因素，主要為性能及速度，其次則是價格及續航力，也發現大部分消費者都有透過管道了解電動機車交換系統和電動機車的相關資訊，但卻不了解電動機車購買的補助資訊而導致降低購買意願，因此，未來推廣電動機車的策略選擇上，建議政府積極「推廣電動機車補助資訊」，並利用未來科技提高電動機車的「性能」以及「續航力」，較能有效提高電動機車之購買數量，針對本研究的結論將可提供政府及電動機車業者作為參考。



研究流程圖

