

消費者對機車廠牌購買意願調查

專題研究學生：100105204 原霽緯

100105214 羅奕飛

100105229 沈承翰

100105253 邊禹歌

指導教授：李德松 老師

機車一直是國人倚重的交通工具，由於市場需求量逐年增加，銷售市場競爭激烈，因此各家機車廠商不斷研發出各種不同的機車車型，想辦法提升技術能力，才能增加自己在市場上的競爭力，滿足消費者的需求，吸引消費者購買自家的商品，消費者在購買機車時會考慮的原因可說是包羅萬象，消費者對於機車的認識也會影響消費者購買的行為，本研究針對土城、板橋區等地區的大專生進行深入的探討與研究。

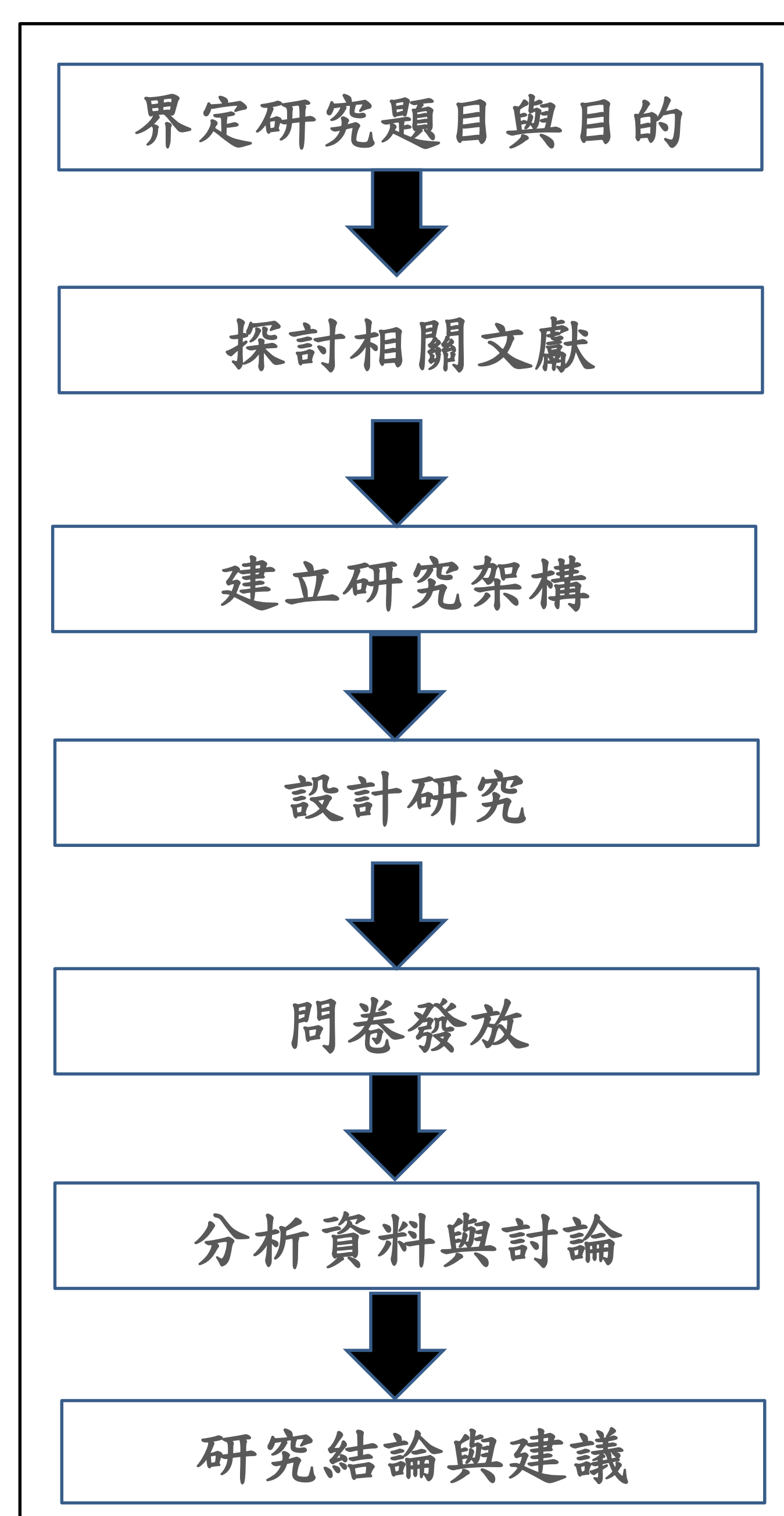
由於國內機車數量一直維持穩定成長，去年已有1279萬輛，購買重型機車的族群也開始大幅成長，因為響應環保政策的影響50cc以下輕型機車則是漸漸衰退中，然而全台還是新北市有198萬輛機車數量最多，但每戶擁有數量則以彰化和屏東的2.4輛最高。台灣平均千人擁有機車數還是繼續高居亞洲第一位。

而機車數量部分，平均千人持有532輛機車，另每公里道路機車數高達327輛，高於日本的每千人106輛及每公里12輛，都是亞洲第一。近5年亞洲各國機車數都成長，僅日本逐年減少，但中國大陸的數量還是亞洲第一。

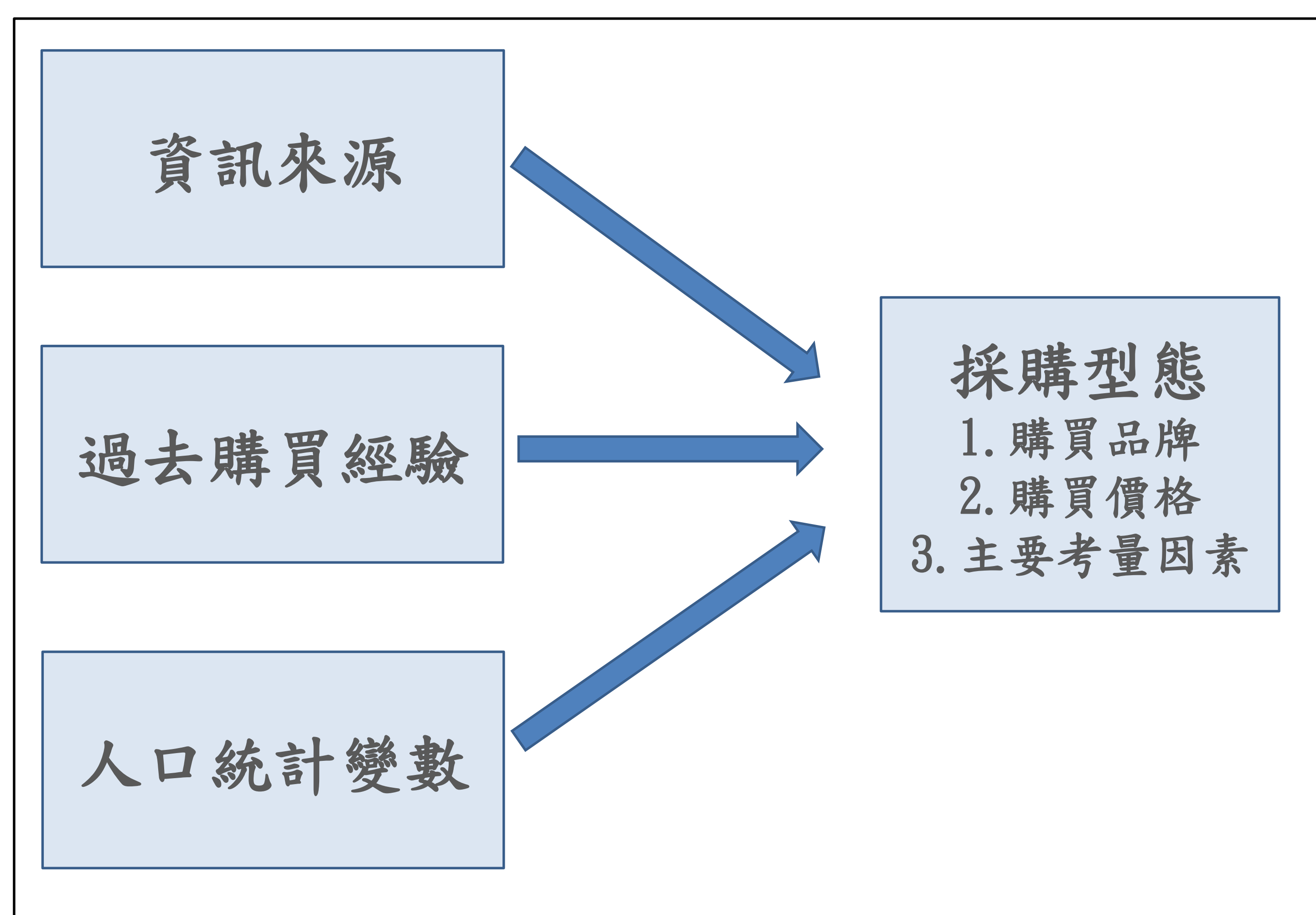
但是機車廠牌眾多，廠商競爭激烈，不斷推出新型的機車，且因為技術成熟使得同規格的產品之間性能差異性小，面對市面上種類繁多的機車，消費者對機車的需求、性能的抉擇以及其滿意程度是我們所想要探討的。

本研究採用簡單隨機抽樣，共發出400份問卷，總計回收392份，回收率達98%。以亞東技術學院全年級學生為研究對象進行抽樣調查，以消費者對機車廠牌的購買意願作為研究範圍，研究結果顯示：

- 1、消費者的消費行為，最主要參考的購買資訊來源是消費經驗。
- 2、在依過去挑選機車的經驗選項中，購買前較多消費者所評估的重視程度有款式、舒適程度和店員的服務態度。
- 3、品牌形象與消費者兩者之間關係密切，相輔相成。



研究
流
程



研究
架
構

