

工業工程與管理系

實務專題報告書

三大運動品牌：Nike、adidas、Under Armour

台灣市場調查暨Under Armour的深度分析

摘要

本研究目的於Under Armour在進入台灣市場之後，應如何推出產品與制定策略，迎戰在台灣經營多年的運動品牌NIKE及adidas。本研究利用Google表單蒐集問卷，接著做出圓餅圖與直條圖以利敘述分析。再來使用SPSS統計軟體進行ANOVA與獨立樣本T檢定，分析問卷進行差異性分析。

其問卷結果的ANOVA顯示在台灣經營多年的運動品牌，NIKE及adidas在問卷所提問的：流行、舒適、專業、性價比(CP值)、購買方便、資訊取得方便與符合需求等七項因素中，取得的分數皆高，其中只有專業是三者間差異性不大，其餘因素Under Armour的表現都不好。其中資訊取得及方便購得這兩項行銷的因素比起另外兩品牌，分數落差極大。

不過在獨立樣本T檢定中，有購買Under Armour的消費者比起沒購買過的在問卷的反應很好，表示購買Under Armour產品後會感到滿意，這是另外兩品牌無表現出的。

Under Armour缺少的是購買過的人數及行銷讓更多人知道Under Armour。

關鍵字：Under Armour、ANOVA、獨立樣本 T 檢定