

國立高雄科技大學工業工程與管理系

107 學年實務專題

運用層級分析法(AHP)分析

消費者對電動機車的需求

摘要

在台灣都會區通勤的主要方式，除了具有大量運輸的捷運系統之外，機車因具有極佳之機動性及停車之便利性，是一項利用率最高的交通工具。隨著全球石油價格高漲、國內節能與環保意識抬頭、國內逐年嚴苛之車輛環保法規要求及政府對於電動車輛的鼓勵發展政策，電動機車將成為台灣電動車輛產業發展的重心之一。

希望藉由 AHP 層級分析法之問卷調查所分析的結果，歸納出影響消費者購買決策的因素，讓製造商與政府從台灣相關產業鏈、綠能產業政策在推動電動機車普及化時，作為產品設計企劃及推廣消費者使用的參考。在性別，使用機車年資、年齡、職業、教育程度、平均月收入，有否使用電動機車等…不同消費族群之間對於價值認知的看法皆有部分差異。依使用者對電動機車的實用性、功能性、經濟考量、購買動機等態度，從研究結果發現『實用性』此一因素最容易影響購買動機』。本研究希望透過電動機車資料的蒐集和整理，讓消費者對電動機車之現有技術有更進一步瞭解，進而提高對電動機車的接受程度。

關鍵詞: 電動機車、消費者購買決策的因素、購買動機、價值認知