

自行車消費者生活型態及其需求層次之研究

賴來光, 李愷莉, 李堯賢, 孔秀琴

財務管理學系

管理學院

hsien@chu.edu.tw

摘要

本研究目的主要是探討苗栗縣通苑地區(非都市區域)自行車消費者的生活型態、利益追求、需求層次、及其使用行為之差異情形。問卷發放期間為100年1月10日至2月10日止，針對苗栗縣通苑區域有自行車體驗之453位民眾採問卷調查法進行研究。研究結果發現如下：1. 研究區域自行車使用人口，以31-45歲年齡層為主，66%每週騎乘15公里以下，55%一年騎乘距離在100公里以下，其使用品牌以捷安特與美利達為多。2. 不同生活型態集群在性別、教育程度、及職業上，達到顯著差異。3. 各集群均追求身體健康、運動、環保、及家庭生活樂趣的使用效益。4. 各集群在使用者行為構面上，達到顯著差異。5. 自行車使用者行為，可以應證ERG需求層次，無先後次序，且可能同時存在。根據以上結果，如地方政府能審慎規劃自行車車道，機關工作環境能規劃盥洗、更衣設施，方便民眾騎乘自行車通勤、運動、休閒，即更能滿足民眾熱愛自行車活動、交通環保意識之維持。而自行車業者，除了「賣、修」的經營方式，如能將自行車保養、維修、補換胎的簡單技術傳授給消費者，應能增添自行車長距離騎乘的魅力，更能拓展高級自行車的銷售。

關鍵字：自行車、生活型態、ERG需求層次