

台北海洋科技大學
食品科技與行銷系碩士班

碩士論文

啤酒消費意願策略研究

The study on the strategy of beer consumption
willingness



研究生：洪瑞憶

指導教授：胡秀媛

中華民國一〇七年四月十四日

台北海洋科技大學食品與行銷系

Taipei University of Marine Technology

Department of Food Technology and Marketing

Management

碩士論文

Thesis for the Degree of Master

啤酒消費意願策略研究

The study on the strategy of beer consumption willingness

指導教師:胡秀媛 Hu-Hsiu Yuan

學生: 洪瑞憶 HONG,RUI-YI

中華民國一〇七年四月十四日

14, April 2018

啤酒消費意願策略研究

摘要

自台灣加入WTO後，國外的進口啤酒產品不斷的進入台灣啤酒市場，對國產的啤酒造成巨大的影響，使啤酒產業的環境越來越激烈，面對這樣的環境，分析消費者的消費行為，並掌握消費者的喜好，推出啤酒產品刺激消費欲望，就會影響消費者對啤酒產品消費的變動。

研究主要目的在瞭解影響購買啤酒之消費者相關因素。以便利取樣方式，透過問卷調查，本研究採用將問卷進行人員發放顧客問卷調查。本研究已於2017年7月1日至2018年1月1日，共發出500份問卷，扣除17份填答不完整後，回收之有效問卷為483份（問卷之有效回收率為96.6%）。依據回收問卷採用統計軟體SPSS作為資料分析工具，進行回收問卷之描述性統計分析。研究結果顯示：以主觀規範、知覺行為控制和顧客價值的影響程度最高，其次是廣告與包裝和放鬆身心，顯著性越高代表會影響消費者購買的因素越高。本研究整合顧客觀點之意見擬訂提升啤酒消費意願之策略，以提供未來業者經營管理之參考及建議。

關鍵詞：啤酒、消費意願、啤酒市場