

台灣diy市場消費者行為之研究-以國森公司小包裝產品為例

陳標山、潘振雄；涂一卿

E-mail: 8809454@mail.dyu.edu.tw

摘要

鑑於對台灣DIY產品方興未已及富潛力市場的了解，而在針對接著劑與填縫劑消費者購買行為之研究主題基礎上，為免企業組織資源投入的浪費，進而作最有效的運用起見，決定了作此研究。本研究理論架構以EKB模式為參考，並設法將其簡化為購買動機、購買行為、影響購買因素三大項，作深入探討，以作為將來行銷策略、行銷決策、行銷作業的各種構面的運作參考。本研究以問卷方式，收集各項資訊，經證實屬高信度後，在其分析上，以因素分析進行構面縮減及萃取，並以迴歸分析、多變量檢測及交叉比對等方法檢定各項研究。主要實証結果顯示了，此市場潛力雄厚的估計量值得開發外，但如未具有良好的行銷策略，則危機重重，不得不慎。在行銷觀點，乃因人而異，見仁見智的『非洲賣鞋子』省思中，本研究亦對公司行銷策略及後續研究者作了建議，以供參考及指正。

關鍵詞：DIY自己動手做；國森公司；接著劑；填縫劑；消費者行為

目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究的目的與範圍	4
第三節 研究流程及方法	5
第二章 文獻探討	8
第一節 消費者購買行為理論	8
第二節 市場區隔與販賣通路理論	14
第三節 國外相關文獻	17
第三章 理論架構	21
第一節 公司內部共識之建立	21
第二節 理論架構與推導	25
第三節 研究方法與限制	27
第四章 研究結果與發現	32
第一節 樣本之一般討論與分析	32
第二節 DIY小包裝產品市場潛量的推估	40
第三節 其他統計分析與發現	44
第五章 結論與建議	69
第一節 結論	69
第二節 對公司的建議	72
第三節 對後續研究者之建議	75
參考文獻	77
中文部份	77
英文部份	79
日文部份	82
附錄：調查問卷	83

參考文獻

1. 中文部份: 1.經濟部ChemNET產業研究合成樹脂接著劑，產業專題-1998產業年報。 2.海峽兩岸化工科技與產業研討會論文集-1997年。
3. 中華民國科學技術年鑑(1991年) 行政院國家科學委員會編印。
4. 賴士葆，生產/作業管理-理論與實務，台北:華泰書局，1991年 117-118頁。
5. 洪順慶，行銷管理，台北:新陸書局，1998年，197-213頁。
6. 黃俊英，行銷研究-管理與技術，第五版，台北:華泰書局，民國1996年9月。
7. 楊國樞、文崇一，吳聰賢，李亦園，社會及行為科學研究方法，第十三版，台北，東華書局，民國1989年10月。
8. 吳統雄，『態度與行為研究的信度與效度:理論、反應、反省』，民意測驗月刊，夏季號，民1985年。
9. 洪順慶，『市場區隔的展望與回顧』，管理科學論述(學報)，第二期(1990)。
10. 方世榮譯(Philip Kolter著)，行銷管理學，東華書局出版，民國1995年2版。
11. 黃俊英，多變量分析，中華經濟企業研究所，民國1991年1月。
12. 樊至育，市場調查，三民書局，民國1985年7月。
13. 黃俊英，多變量分析，第五版，台北 中華經濟企業研究所，民國1985年5月。
14. 彭昭英，SAS與統計分析 第八版，儒林圖書，民國1996年12月。
15. 戴久永，統計概念與方法，三民書局，民國1991年3月。
16. 顏月珠，商用統計學，三民書局，民國1993年8月。
17. 司徒達賢，策略管理，遠流出版，民國1995年。
18. 黃宏義譯(大前研一著)，策略家的智慧，長河出版社，民國1985年。