

南 台 科 技 大 學

餐 旅 管 理 系

畢 業 專 題 報 告

品牌認知與產品知識影響其購買意願之
探討-以高粱酒消費者為例

指導教授：	鄭淑勻	老師
學 生：	徐憶茹	498M0005
	劉駿玄	498M0008
	陳映榕	498M0009
	陳詩婷	498M0017
	陳思沅	498M0020

中 華 民 國 一 百 零 一 年 十 二 月 二 十 八 號

摘 要

近年來因台灣國民所得不斷提升，國人生活品質也隨之提高，對於酒類的需求亦日漸增加。台灣本土高粱酒在國際拓展知名度逐漸成為世界所認知之台灣國產酒。本研究針對高粱酒的消費者做調查，欲探討消費者選購意願是否會受到品牌認知及產品知識的影響。

本研究探討高粱酒消費者的品牌認知與產品知識影響其購買意願，以問卷調查法進行調查，統計分析方法則採用信度分析、敘述性分析、T檢定分析、單因子變異數分析與相關分析等來驗證本研究之假說。本研究結果顯示品牌認知及產品知識對消費者購買意願具有正向影響。本研究亦針對研究結果提出相關實務建議以作為日後高粱酒廠商推廣所用。

關鍵字：高粱酒、品牌認知、產品知識、購買意願