

# 由傳統計程車以及Uber角度

## 探討新創公司有否機會進軍台灣共享市場



指導老師：賀德崇 老師

德文延 02123082 陳奕如

貿三A 04154179 周樂軒

貿三A 04154175 官宏諭

貿二A 05154109 何雨蓉

貿二A 05154101 廖唯詠

貿二A 05154139 許安琪

# 第五組



# 目錄



## 壹、前言

- 一、研究動機及背景
- 二、研究目的
- 三、研究流程

## 貳、正文

- 一、何謂共享經濟
- 二、傳統計程車介紹
- 三、Uber介紹
- 四、Uber與傳統計程車的比較

## 五、消費者對於Uber與傳

統計程車的滿意程度

## 六、問卷介紹與數據

介紹、預期結果、  
資料分析法、問卷  
分析、假設檢定分  
析法

## 參、結論

- 一、是否進入市場
- 二、結語

# 前言

- 共享經濟抬頭 ----- 付出更低的成本來換取需要的服務



- 行動網路便利 ----- 影響人們的生活模式



- 汽車共乘熱潮 ----- 仍有許多進步空間, 市場中也還有許多潛在客戶

目標：進軍台灣共乘市場



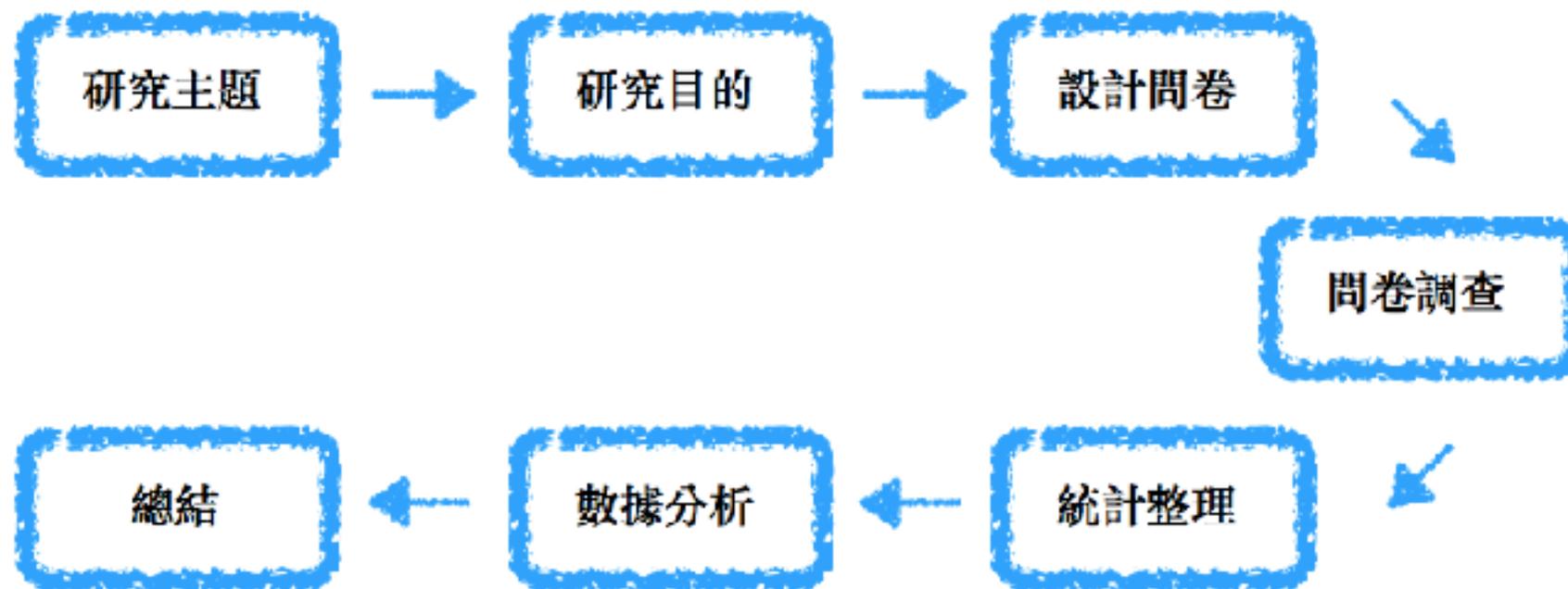
# 研究目的

---

- (一) 何謂共享經濟?
- (二) 提出Uber與計程車之間的差異和比較
- (三) 透過問卷設計與調查,分析消費者搭乘Uber或傳統計程車的取向原因
- (四) 探討消費者對傳統計程車與Uber偏好的調查.
- (五) 了解這個市場對於我們新創的女性專車服務的需求
- (六) 了解這個市場對於我們新的共享服務能否吸引消費者的目光
- (七) 設計情境藉此獲取消費者對於車費金額的接受度,從而作為我們新創公司訂定車資  
計算方法的參考



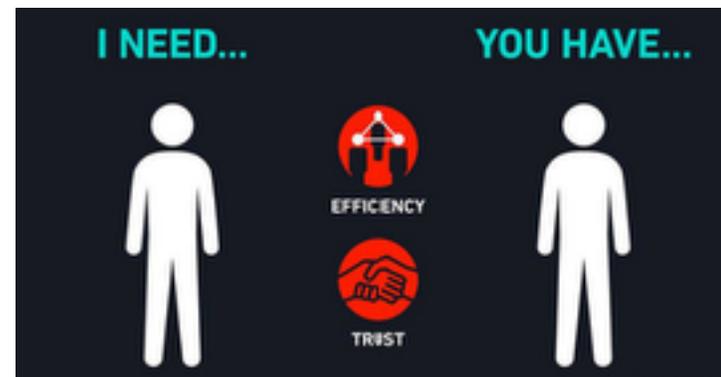
# 研究流程



# 何謂共享經濟？

---

- ✓ 所有的科技產品、服務都能被眾人分享、出租或共同使用
- ✓ 用「租賃」取代「購買」
- ✓ 「閒置資源」的再使用
- ✓ 文書或口頭承諾 → 「個人」對「個人」



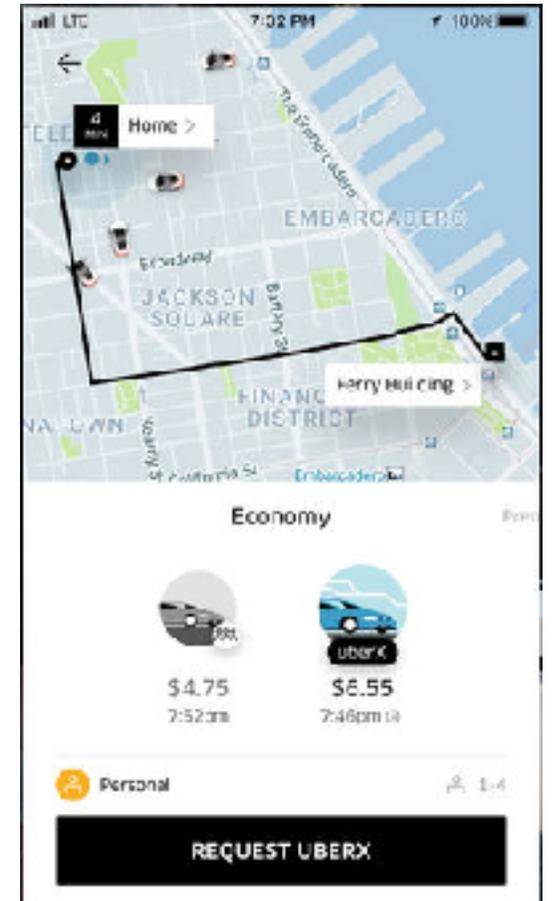
# 傳統計程車的介紹

- 特徵：黃色，白底紅字車牌。
- 由車行負責牌號發放、管理車輛及司機。
- 車款：Toyota、Nissan居多
- 收費方式：跳表制，起跳75~80，夜間加成
- 等車時間：路邊攔車，視地區而定



# Uber介紹

- 特色：交通網路公司，共乘的分享型經濟服務。
- 由司機靠車行發放牌照
- 車款：各類型車款。
- 收費方式：線上付款、收現金，預先知曉。
- 等車時間：由APP線上叫車，時間有時較久。



# Uber與傳統計程車的比較

---



# Uber的SWOT分析

S (Strength) 優勢	W (Weakness) 劣勢
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 乘車資訊透明</li><li>2. 司機素質較好</li><li>3. 金額相較計程車訂定上較為便宜許多</li><li>4. 可利用手機 APP 叫車</li><li>5. 無規定車輛必須烤漆</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 只能使用信用卡付款，所以客層較固定</li><li>2. 沒有強制規定司機替乘客投保，可能造成顧客流失</li><li>3. 尖峰時段計費加成</li><li>4. 目前只有部分地區提供服務</li></ol>
O (Opportunities) 機會	T (Threats) 威脅
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 客層由收入高到低的消費者皆有</li><li>2. 越來越多消費者願意嘗試</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 計程車公會及部分民眾抵制</li><li>2. 計程車業市場產生供過於求的現象</li></ol>

# 傳統計程車的SWOT分析

S (Strength) 優勢	W (Weakness) 劣勢
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 於較熱門地點固定排班</li><li>2. 在台已生存多年，知名度較高</li><li>3. 為乘客保險，假使發生意外對於乘客相對比較有保障</li><li>4. 車輛烤漆，辨別度較高，意外發生也較好追蹤後續</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 普遍司機素質較低</li><li>2. 計費方式較高且部分外縣市採用喊價方式計費</li><li>3. 車種良莠不齊</li></ol>
S (Strength) 優勢	W (Weakness) 劣勢
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 自去年 10 月起政府調漲費率，司機及車隊收入提高</li><li>2. 政府相較於UBER較保護傳統計程車業者</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. UBI R 引進台灣市場，打壓計程車在台生存空間</li><li>2. 民眾喜好多偏向便宜的大眾運輸工具</li></ol>

項目	Uber		一般計程車	
	尊榮	菁英	E化計程車	傳統計程車
司機資格	21 歲以上，職業駕駛照、良民證，沒有不良紀錄、登記車行證照。		職業小型車、營業執照、通過考試、年齡限制。	
使用車輛與車況	雙 B 名車	Nissan 經濟型轎車、Toyota 油電型	一般車種 1800cc 以上，五年之內的車	
叫車方式	手機 APP 預約，可預算車資，得知司機基本資料，預約想要車種		用手機 APP、市話、手機撥打專線。	用市話、手機撥打專線。
服務要求	無		制服	

項目	Uber		一般計程車	
	尊榮	菁英	E化計程車	傳統計程車
收費方式	50 元起跳，每公里收費 14.5 元，每分鐘收費 3 元，最低消費 70 元，節慶不需加成。但夜間或者叫車需求量大時會有不定加成。		起跳收費 70 元，續程跳錶為 200 公尺跳 5 元，特殊節慶如春節需額外加成。	
付款方式	信用卡、現金		信用卡、現金、悠遊卡	
安全性	較高（因為 APP 可顯示車型、車牌號碼、駕駛照片及評價，較能讓消費者放心）		較低	
抱怨方式	APP 匿名的方式、線上客服		政府申訴管道、網路信箱、596888	政府申訴管道
法律登記	有		有	
保險	現在司機皆須登記在車行底下，各家車行投保金額不一		為乘客投保 150 萬乘客保險	

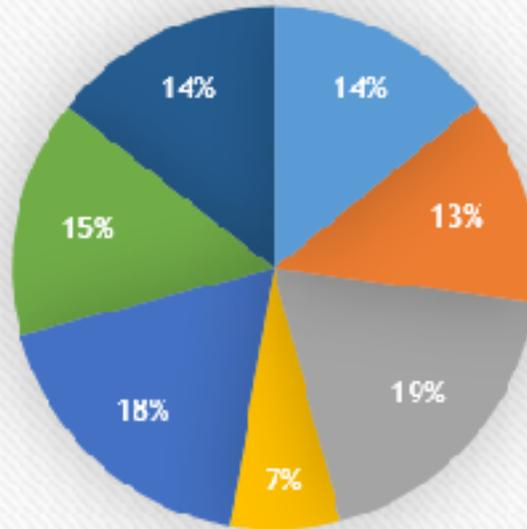
# 消費者對於計程車的滿意程度



# 消費者對於Uber的滿意程度



原因



- 相較傳統計程車叫車方便
- 相較傳統計程車價格較便宜
- 相較傳統計程車服務及車況(舒適度)較佳
- 有不同車種可選擇(精英、尊榮、Taxi)
- 相較傳統計程車付費方式方便
- 相較傳統計程車較安全
- 有評分機制(司機滿意度)



哇！這個好便宜！！！！

# 問卷介紹

- 作為一家新創公司，市場調查是資金投入市場前不可或缺的重要步驟



- 針對台灣的共享市場有無飽和
- 判斷消費者對於類比Uber的乘車模式是否願意嘗試
- 消費者認為傳統計程車以及Uber使用上的優缺點為何
- 添加的新功能對於消費者有無正面影響



# 問卷介紹

---

網絡問卷的方式

總共回收了319份問卷，其中300份為有效問卷

# 問卷介紹(問題)

---

個人資料

對於Uber和傳統計程車的偏好 (\*曾經搭過Uber和傳統計程車的受訪者)

探討消費者對於新創服務的接受程度 (\*設計情境的問題)

# 假設預期會得到的結果

---

1. 皆乘坐過計程車或Uber。
2. 願意以價格換取高品質。
3. 計程車「方便性」為首要考慮要素。
4. Uber「舒適度」為首要考慮要素。
5. 受訪者對於新共享的吸引程度具有顯著差異。

# 假設預期會得到的結果

---



消費者會接受我們的新創共享服務

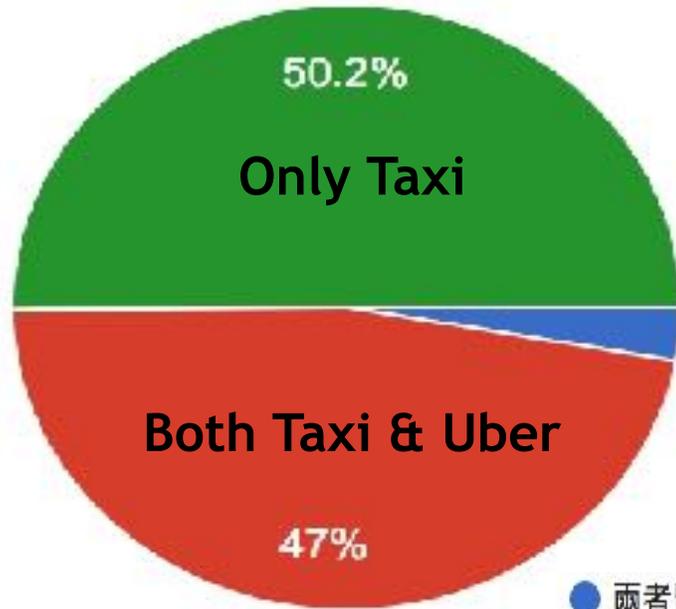
# 問卷的日常



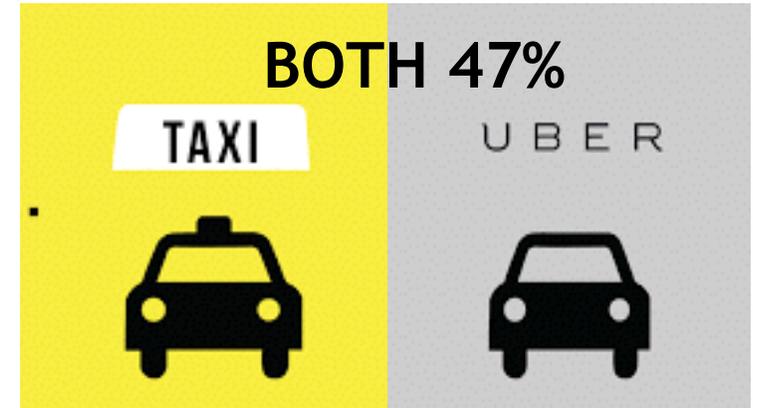
---

資料分析法：一般圓餅圖＋長條圖

# No.4 曾經搭過以下何種交通工具？

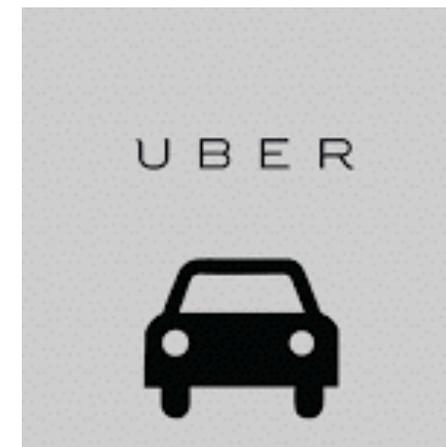
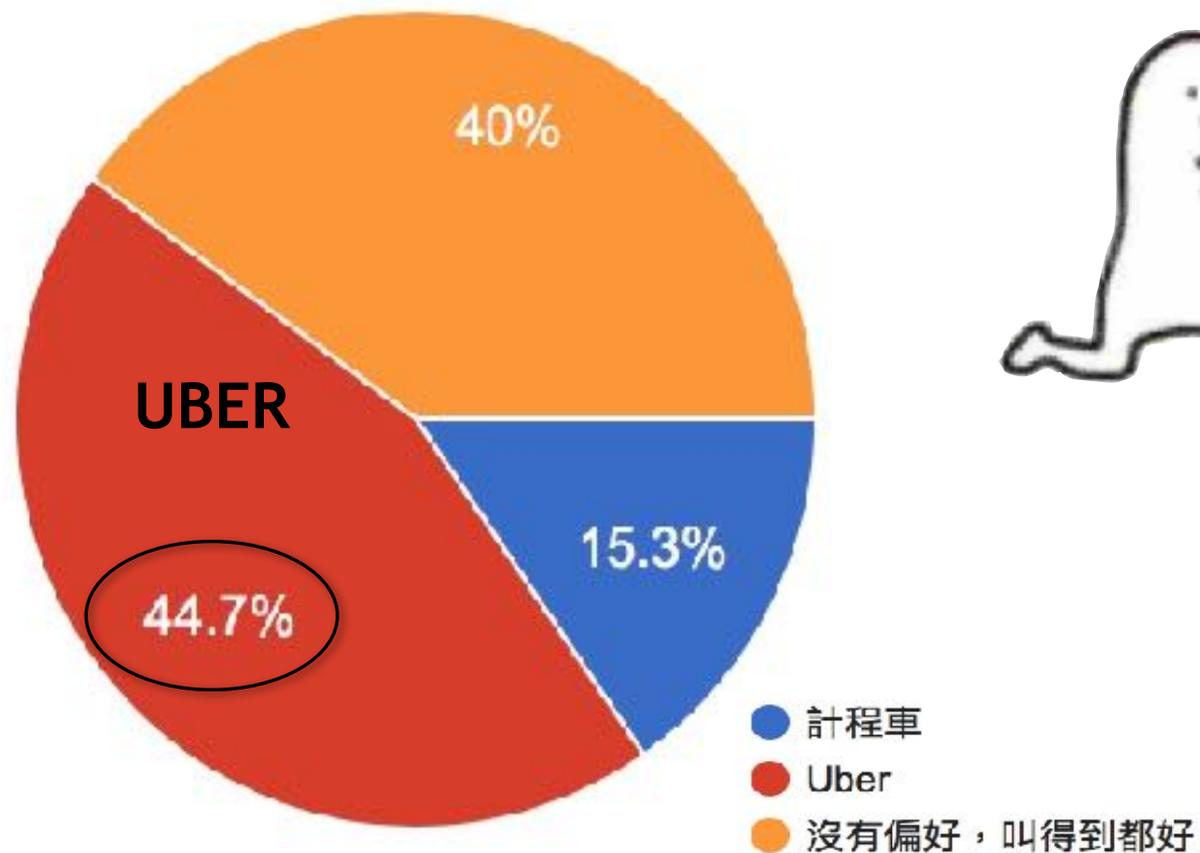


- 兩者皆無 (答題到此結束，謝謝您的配合!)
- 兩者皆有
- 僅搭過 Uber(跳至第7題回答)
- 僅搭過傳統計程車(小黃) (跳至第6題回答)



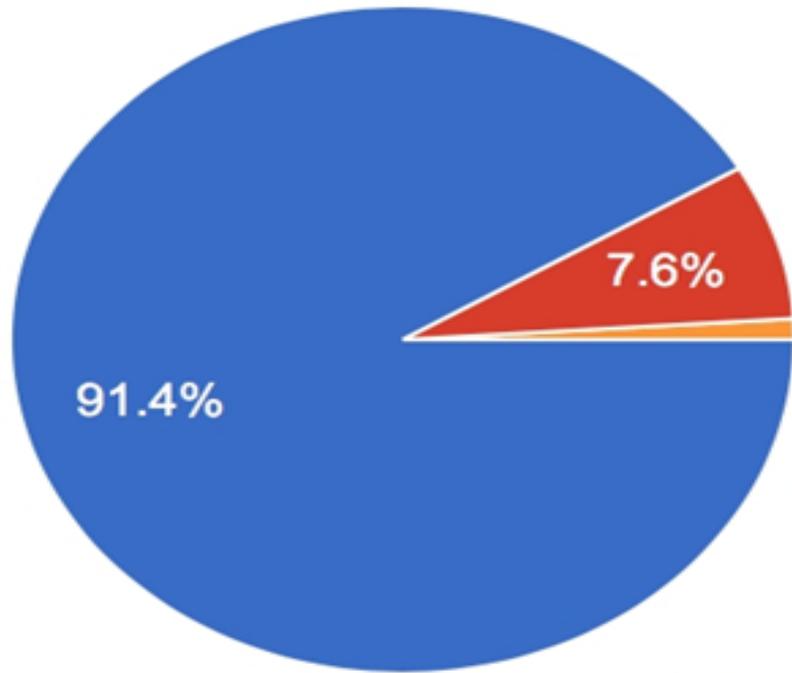
雖然計程車市場在台灣已相當成熟  
但共乘市場具有一定的客群以及需求

# No.5 偏好搭乘以下哪種交通工具？



有客群，對我們新創公司是有利的。

# No.12 若願意多付，願意付出多少？



- 5%~10%
- 11%~15%
- 16%~20%



9成(198位) 願意多付

91.4% → 5%~10%

現代大多數消費者非常重視乘車品質與服務

---

# 資料分析法：假設檢定分析法

# 1. 根據屬性 (受訪者性別) 與第十二題若願意多付，您願意多付出多少？

t 檢定：成對母體平均數差異檢定		
	變數 1	變數 2
平均數	1.72448979591837	1.0969387755102
變異數	0.200627943485086	0.108503401360544
觀察值個數	196	196
皮耳森相關係數	0.00815736249654394	
假設的均數差	0	
自由度	195	
t 統計	15.8636469014453	
P(T<=t) 單尾	3.04989E-37	
臨界值：單尾	1.65270530977145	
P(T<=t) 雙尾	6.09979E-37	
臨界值：雙尾	1.97220405126845	

**H0：性別無關願意多付**  
**H1：性別差異與願意多付錢有關**

**結論：95%信賴水準**  
**3.049 > 臨界值0.05**  
**接受H0假設，拒絕H1假設**  
**男女願意多付錢並沒有顯著差異**

## 2. 根據問卷第九題以及第十題的新服務，判斷消費者是否有提高搭乘意願？

t 檢定：兩個母體平均數差的檢定，假設變異數相等		
	9	10
平均數	1.13793103448276	1.21316614420063
變異數	0.119279982650184	0.168253780485401
觀察值個數	319	319
Pooled 變異數	0.143766881567792	
假設的均數差	0	
自由度	636	
t 統計	-2.50594466012421	
P(T<=t) 單尾	0.00623055363436424	
臨界值：單尾	1.64725300525808	
P(T<=t) 雙尾	0.0124611072687285	
臨界值：雙尾	1.96370095851175	

F 檢定：兩個常態母體變異數的檢定		
	9	10
平均數	1.13793103448276	1.21316614420063
變異數	0.119279982650184	0.168253780485401
觀察值個數	319	319
自由度	318	318
F	0.708928989922662	
P(F<=f) 單尾	0.00111674673092521	
臨界值：單尾	0.83130897965718	

**H0：新增女性專車及叫車服務不能提高消費者乘坐意願**

**H1：新增女性專車及叫車服務能提高消費者乘坐意願**

**結論：95%信賴水準 + F檢定與T檢定的Excel分析  
兩者的P值皆<0.05，落點位於圖表的外面  
拒絕H0，接受H1**

**新的共享專車服務中若增加女性專車及叫車服務能提高消費者搭乘意願**

# 結論：是否適合進入市場？

---

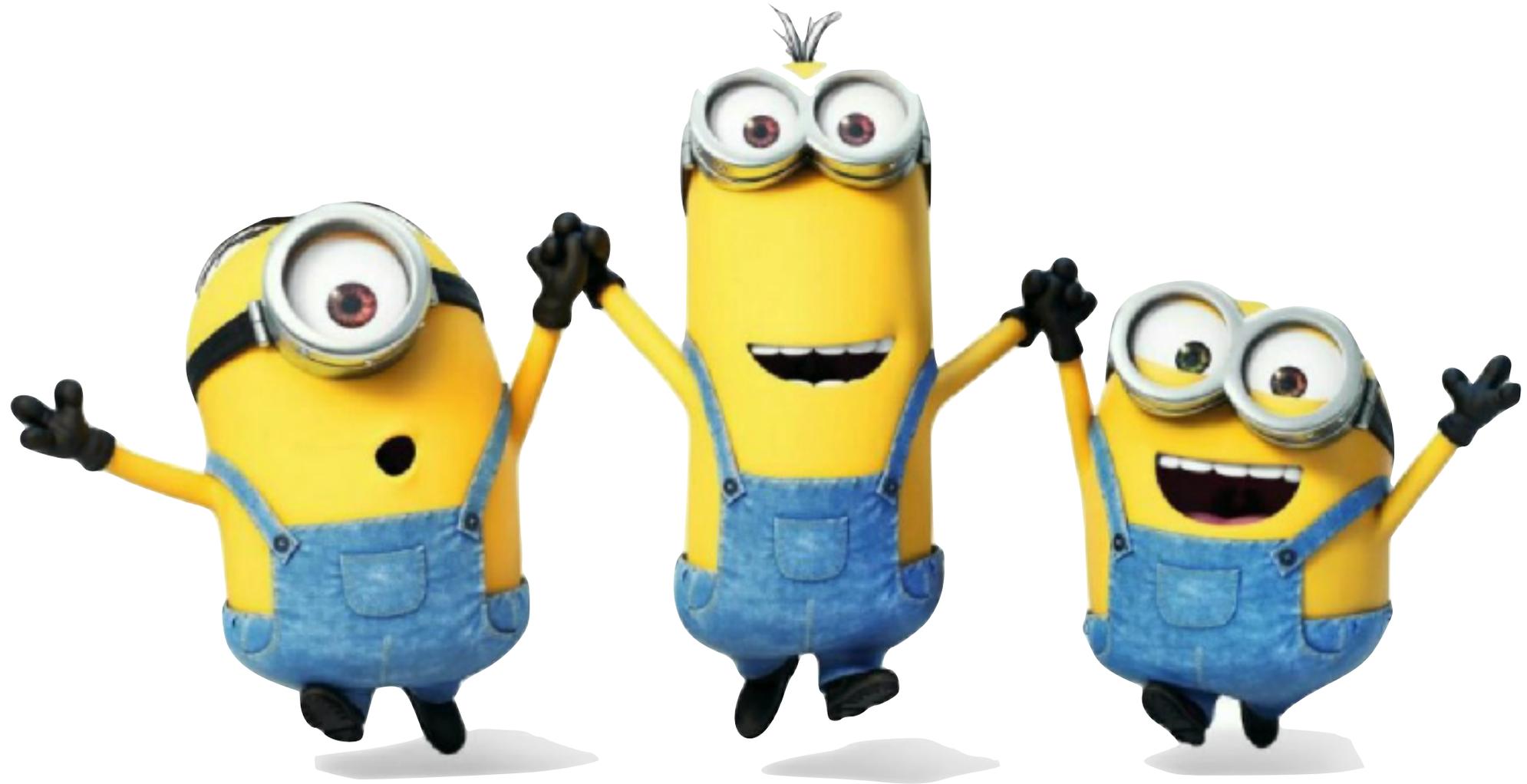
**YES!**

- 台灣市場未飽和，共乘模式很青澀。
- 只有一家公司獨佔市場
- 新服務吸引原有消費者及潛在消費者
- 去蕪存菁，超越計程車及Uber

---

# 結語





謝謝大家