

致理技術學院  
休閒遊憩管理系

畢業專題

消費者對於農產品認證標章態度與購買  
行為之研究-以瑪陵休閒農業區為例

專 題 學 生：呂珮齊 吳玉亭  
賀慶庭 鄭文婷  
吳承霖 葉鈺傑 撰  
學 號：19923124 19923107  
19923143 19923151  
19923178 19823104  
指 導 教 授：陳金聲 博士  
陳鴻彬 博士

中 華 民 國 一 百 零 三 年 六 月



# 目錄

摘要.....	I
目錄.....	III
表目錄.....	V
圖目錄.....	VI
第一章 緒論	
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第三節 研究流程.....	3
第四節 名詞解釋.....	5
第二章 文獻探討	
第一節 農產品相關文獻.....	6
第二節 消費者態度.....	11
第三節 消費者認知行為.....	13
第三節 消費者購買行為.....	15
第四節 消費者態度與購買行為關係.....	15
第三章 研究方法	
第一節 研究架構與假設.....	17
第二節 問卷設計與抽樣方法.....	17
第三節 資料分析方法.....	18
第四節 變數操作性定義與衡量.....	19
第五節 信度分析.....	22
第四章 結果與分析	
第一節 消費者特性分析.....	24
第二節 農產品認證標章態度分析.....	26
第三節 農產品購買行為分析.....	27
第四節 基本資料分析.....	28
第五節 消費特性變數對於態度與購買行為特性之檢定.....	31

第六節 人口統計變數對於態度與購買行為特性之檢定.....	39
第五章 結論與建議	
第一節 結論.....	45
第二節 建議.....	47
參考文獻.....	48
附錄一 問卷.....	51

## 表目錄

表 1-4-1	名詞解釋.....	5
表 3-4-1	態度之操作型定義.....	20
表 3-4-2	購買行為之操作型定義.....	21
表 3-4-3	人口統計變數之操作型定義.....	21
表 3-5-1	本研究問卷各構面因素信度分析表.....	23
表 4-1-1	消費者特性統計及百分比.....	24
表 4-2-1	農產品認證標章態度平均值及標準差.....	26
表 4-3-1	農產品購買行為平均值及標準差.....	27
表 4-4-1	基本資料統計及百分比.....	28
表 4-5-1	消費者身分對農產品認證標章態度量表之獨立樣本 T 檢定.....	31
表 4-5-2	消費者身分對消費者購買行為量表之獨立樣本 T 檢定.....	32
表 4-5-3	消費者消費額對農產品認證標章態度量表之 ANOVA 分析.....	33
表 4-5-4	近一個月平均消費額對農產品認證標章態度量表之 ANOVA 分析.....	34
表 4-5-5	近一個月平均消費額對消費者購買行為量表之 ANOVA 分析.....	36
表 4-5-6	消費者網路購買對農產品認證標章態度量表之獨立樣本 T 檢定.....	37
表 4-5-7	消費者網路購買對消費者購買行為量表之獨立樣本 T 檢定.....	38
表 4-6-1	年齡對農產品認證標章態度量表之 ANOVA 分析.....	39
表 4-6-2	年齡對消費者購買行為量表之 ANOVA 分析.....	41
表 4-6-3	教育程度對農產品認證標章態度量表之 ANOVA 分析.....	42
表 4-6-4	教育程度對消費者購買行為量表之 ANOVA 分析.....	43

## 圖目錄

圖 1-1-1	遊客服務中心.....	2
圖 1-1-2	導覽解說.....	2
圖 1-3-1	研究流程圖.....	4
圖 2-1-1	CAS 優良農產品標章標章.....	7
圖 2-1-2	CAS 有機農產品標章.....	8
圖 2-1-3	GAP (吉園圃) 台灣安全蔬果標章.....	9
圖 2-1-4	產銷履歷標章.....	10
圖 2-2-1	態度的三個組成因素.....	12
圖 2-4-1	態度、行為意向與行為之關係.....	16
圖 3-1-1	研究架構圖.....	17