

北部地區消費者對具有 產銷履歷蔬果之購買意願調查

傅智麟

緣起 本計畫藉由大台北地區消費者在不同願付價格、以及個人因素等對於具產銷履歷蔬果之認知、態度及購買意願進行問卷調查，探討分析瞭解在產銷履歷執行推動政策上應改進之方向參考。

特點 問卷分5部分，並以李克特氏五點量表(Likert scale) 衡量同意程度高低。本研究架構主要為產品認知對態度的影響，態度對購買意願的影響，以及在認知、態度、購買意願及願付價格等構面不同消費者背景之差異性。

效益 研究結果建議：職業是差異因素，性別在重視食品安全上有顯著差異。產銷履歷應針對不同消費狀況及食品安全等因素，加強行銷策略。調查顯示，消費者態度上希望實施產銷履歷制度能讓消費者與生產者雙邊獲利。未來須更強化資料登錄之正確及可追溯性，以強化消費者對於登錄內容的信心。購買意願顯示，購買具產銷履歷的農產品會有高品質的期待，甚至價格略高一點也會購買。而從本研究認知對購買意願分析，在認知及購買意願有密切關係，但其中價值及標章認知對購買意願具有顯著正向影響，品質認知對購買意願則為負向影響，雖不具顯著水準，但仍需注意是否因為售後觀感或是品質未達消費者期待所導致。

購買意願		認知		
		價值認知	品質認知	標章認知
購買意願	轉換	0.786**	0.753**	0.831**
	願意	0.765**	0.722**	0.778**
	忠誠	0.773**	0.760**	0.800**
Pearson 相關		0.824**		

依變項	自變項	Beta 值	t 值	P 值
購買意願	價值認知	0.287	2.976	0.003**
	品質認知	-0.049	-0.509	0.611
	標章認知	0.613	6.287	0.000***
R-square = 0.696***		F 值 = 186.888		

認知與購買意願之相關性

態度及購買意願影響效果分析

