

以計畫行為理論探討消費者對高雄綠色友善餐廳行為意圖之研究

A Research Based on Theory of Planned Behavior of Consumer Behavior Intention in Green Friendly Restaurant in Kaohsiung City

劉聰仁

國立高雄餐旅大學
餐旅管理研究所副教授

薛毓茗

國立高雄餐旅大學
餐旅管理研究所在職班研究生

摘要

國際消費者組織聯盟呼籲全世界的消費者在日常生活中落實綠色消費，讓地球能永續生存。美國綠色餐廳協會創立於 1990 年目的在幫助餐飲業減少對自然環境所造成的影響。GRA 創始人麥可·歐舒曼先生於 2011 年 8 月來台宣傳綠色餐廳的概念，期許台灣綠色餐廳的推廣，能成為亞洲綠色餐廳的領航者。高雄市決心落實「綠色消費」概念。高雄市政府對「高雄綠色友善餐廳」的認證及推廣，讓傳統的餐飲業成為最現代的永續經營企業。本研究以計畫行為理論為基礎，就影響消費者對高雄綠色友善餐廳消費行為意圖等各項因素進行研究。目的為理解消費者的永續食材態度、消費者的主觀規範、消費者的知覺行為控制及消費者的行為意圖對高雄綠色友善餐廳的影響。因此就三家高雄綠色友善餐廳的消費者採便利抽樣，共回收 299 份有效問卷。以敘述性統計，單因子變異數分析、回歸分析等進行研究。研究結果發現高雄綠色友善餐廳的消費者永續食材態度對行為意圖對有顯著的正向影響關係、主觀規範與行為意圖影響較不顯著、知覺行為控制與行為意圖有正向影響惟較不顯著。

【關鍵字】 高雄綠色友善餐廳、永續食材、計畫行為理論

Abstract

International Organization of Consumers Unions (IOCU) promotes that people around the world should put green consumption into practice to preserve the earth permanently. The Green Restaurant Association (GRA), founded in 1990, aims to help catering industry reduce the influence on the natural environment. The founder of GRA, Mr. Michael Oshman, arrived in Taiwan and promoted the concept of green consumption in August, 2011. He expected that Taiwan would pioneer the green restaurants in Asia. As a consequence, Kaohsiung City Government decided to enforce the concept of green consumption. The certification and promotion of Kaohsiung Green Friendly Restaurant would advantage the catering industry to have the sustainable development. This research, based on the Theory of Planned Behavior (TPB), is to study the factors of consumers' behavioral intention toward Kaohsiung Green Friendly Restaurants. It aims to find out the influences of consumers' attitudes toward sustainable foods, subjective regulation, perceived behavioral control, and behavioral intention on Kaohsiung Green Friendly Restaurants. As a result, convenience sampling was applied to the consumers in Kaohsiung Green Restaurants, including Jujube-tree Restaurant, Vegland Vegetarian Restaurant, and Chief Vegetarian Restaurant. 299 questionnaires were studied in Descriptive Statistics, One-way ANOVA, Regressive Analysis, etc. The results of this study indicated that the consumers of Kaohsiung Green Friendly Restaurant have a positive effect on sustainable food and consumer's behavioral intention. There are indistinctive differences between subjective regulation and behavioral intention and between perceived behavior control and behavioral intention.

【Keywords】 Kaohsiung Green Friendly Restaurant, sustainable food, Theory of Planned Behavior (TPB)

壹、前言

伴隨著全球環境氣候暖化之效應，以及社會文化對於養生、健康、環境保護認知提升之情形，消費需求與環境永續的綠色消費活動，藉由政府，企業，產業界、學術界推廣，逐漸被國人認知與接受，因此「養生餐廳」、「有機飲食」的綠色消費者運動相繼出現，在企業經營文化與責任下，企業不僅獲利，同時也要顧及環境保護。

2004年起台北市政府舉辦「餐飲業污染防治暨環保績優評鑑表揚活動」；高雄縣政府環境保護局2007年起亦開始推動無油煙餐飲，表揚「環保績優餐廳」，要求餐飲業無油煙的健康用餐環境，餐廳之空氣、廢水、廢棄物；環境清潔處理方式均符合環保規定。

高雄市自詡為台灣的領航城市，也將「綠色消費」的概念落實於城市之中，除致力於「推動永續農業、發展精緻農產、建設樂活農村、成就幸福農民」。透過「高雄—綠色友善餐廳」的推動，逐步將健康（安全）農業理念及綠色消費擴展至高雄生活圈，使消費者朝向自發性參與健康（安全）農業活動，加速高雄健康（安全）農業的發展。讓最傳統的生產事業也可成為最現代的綠色生態與服務業，走向全球化競爭的新里程。因此，本研究擬採用計劃行為理論，探討消費者對高雄綠色餐廳的行為意圖，進一步了解影響行為意圖的原因。

計畫行為理論（Theory of Planned Behavior, TPB）是一個解釋並預測人們行為過程方法。（Ajzen, 1991）此理論提出影響人類行為意圖的有態度、主觀規範和知覺行為控制，此理論經過學者們的採用、探究、討論目前已廣泛的運用在各領域中。本研究以計畫行為理論為基礎，探討消費者對於高雄綠色友善餐廳的行為意圖的影響因素。採用永續食材態度，主觀規範和知覺行為控制對行為意圖影響程度，期望結果對政府的推廣及高雄綠色友善餐廳發展有所幫助。

貳、文獻探討

一、綠色餐廳的源起

GRA（The Green Restaurant Association, 綠色餐廳協會）創立於1990年，成立的目的在於幫助餐飲業減少對自然環境所造成的影響。協助餐廳或連鎖店達成精確的綠色目標。GRA創始人麥可·歐舒曼，經營一家餐廳即是個複雜且艱辛的事業。教育雇主及員工基於成本效益、消費者權益、避免無需的浪費以及有毒產物的使用並要考慮許多的供應商和生產者，以及每間餐廳可能造成的環境污染。

綠色餐飲協會是綠色餐廳的核心，承諾遵循綠色餐廳協會的12項環保步驟且不使用保麗龍餐具的環保餐廳。

（一）綠色餐廳（1995年版）的定義

綠色餐廳1995年規定12項環保措施：1.消除泡沫聚苯乙烯（俗稱保麗龍）2.廣泛回收利用3.廢物減量及再利用4.使用生物可分解塑膠（綠色塑膠）5.商品回收再利用6.使用無添加氯漂白紙製品7.使用無毒清潔品、園林綠化和病蟲害藥物管理8.節能9.省水10.堆肥利用11.使用綠電能12.訓練及教育。

（二）綠色餐廳（2011年版）的定義

2011年美國的「綠色餐廳協會」（Green Restaurant Association、GRA4 Version）更新綠色餐廳認證制度及其標準。綠色餐廳的認證制度提供一個便利好用的系統來獎勵重視環保議題的餐廳，認證的標準共有七大項：包括1.能源的使用2.有效使用水資源3.減少浪費、例行回收4.可拋棄式產品5.減少化學製品及汙染6.環境永續的食材7.環保建材及家具。

目前美加地區共有一千多家餐廳加入綠色餐廳。加入綠色餐廳的優勢為增加媒體的曝光率、提高員工的生產力及士氣、提升顧客忠誠度，更為餐廳

減少支出成本及創造一個較健康的環境。美國眾多媒體例如：CNN、華盛頓郵報、紐約時報、美國國家公共電台（NPR）皆強力推薦綠色餐廳，為消費者、企業及消費大眾創造一個「安全、健康、環保」的永續環境。

二、高雄綠色友善餐廳

高雄市自詡為台灣的領航城市，近年來將「綠色消費」的概念落實於城市之中。特別是在「綠色友善餐廳」的推廣上，期望能發展出結合消費者、餐廳業者、生產單位等共同響應的高雄低碳飲食的綠色飲食文化，以支持在地安全食材，達到縮短食物里程之目的，不僅保障消費者健康，也推動健康（安全）農業，讓傳統的餐飲業相關產業成為最現代的綠色友善餐廳，邁向全球化的新里程。

綠色友善餐飲推動層面極廣。餐廳提供餐飲服務時，對於食物生產來源主要為高雄市的在地食材（以安全蔬果、或五穀為主。結合吉園圃安全蔬果、有機農業、CAS 優良農產品、產銷履歷產品，希望能推動「地產地銷」、「新鮮安全」等農產品觀。），並提供民眾安全、衛生的環境，及對環境友善的減少能源消耗、減少資源使用。低碳飲食是近年來相當講求的一種飲食方式。主要是在講求食物的整個生命週期中，盡量減少溫室氣體的排放的。生產時，選用當季食材、在地食材；選購時，精簡包裝，購買適當份量；食用時，遵守節能原則烹調；廢棄時，減少垃圾產生。

綠色友善餐廳觀點，針對服務與產品的要求，並針對消費者需求，彙整於下表：（摘錄自高雄市農業局）

表 1 綠色友善餐廳觀點

觀點	綠色友善餐廳要求	消費者需求控制
綠色餐廳認證	餐廳之耗能、食材、用品設備、廢棄物處理、建築等皆須符合環保原則、推廣認證。	食物生產源頭、能源消耗、綠色消費認證、材料使用
安全農業	食材來源具有農產品驗證資訊	食材選擇、食物生產源頭、綠色採購
綠色消費	降低天然資源與毒性物質之使用及污染物排放	廢棄物處理、綠色消費認證
低碳飲食	少吃肉類食品或乳酪；地方性與季節性食物；減少食用加工、罐裝食品；減少廚餘的產生	食材選擇、採購、運輸、廢棄

2011 年高雄有五家綠色友善餐廳，2012 年有六家綠色友善餐廳包括：棗子樹蔬食餐廳（忠言路）（2011 及 2012 年）、菜根香蔬食餐廳（2011 及 2012 年）、全省蔬食餐廳（2011 及 2012 年）、慈香庭蔬食餐廳（2012 年）、檸檬香草火鍋（2012 年）、海這裏日式餐廳（2012 年），希望在政府及媒體、業者、供應商、消費者等共同努力，為高雄創造更安全、健康、環保的永續綠色城市。

三、計畫行為理論相關研究

（一）計畫行為理論（Theory of Planned Behavior, TPB）

計畫行為理論（TPB）由Ajzen（1985）所提出，如圖1所示，是一個以解釋個人行為決策過程之方法，為根據理性行為理論改良而來。理性行為理論假設「人們大多數的行為表現是出於個人意志的控制且合乎理性作為」，但實際情況仍有許多行為並非可由自己的意志所控制，而計畫行為理論與理性行為理論最大不同點在於：計畫行為理論認為個人行為決策並非完全在意志控制下完成，尚須配合資源和機會來表示個人行為，因此計畫行為理論分析行為意圖（Intention）與實際行為時，除了受到態度（Attitudes toward

Behavior)、主觀規範 (Subjective Norm) 影響外、還受到知覺行為控制 (Perceived Behavior Control) 影響 (Ajzen, 1991)。

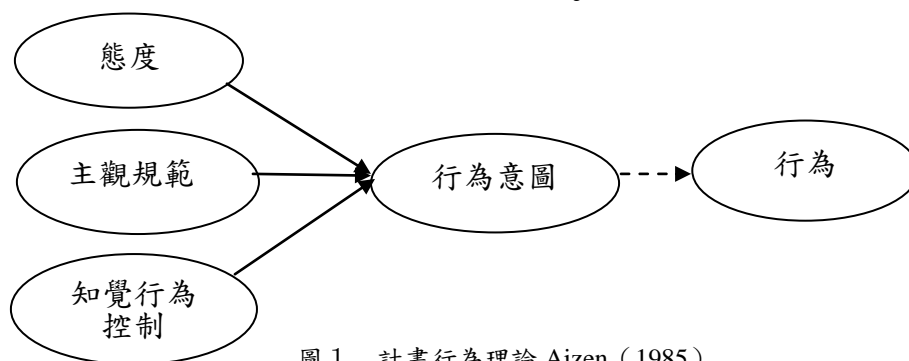


圖1 計畫行為理論 Ajzen (1985)

TPB的核心因素是個人執行行為的意圖，影響人們即將有所動作的行為和指標 (Ajzen,1991) 執行行為的意圖愈強烈，它就愈可能造就實際的成就表現。但是，理論假設如果一個人能夠自由的決定是否執行行為，那麼行為意圖只能找到一種行為的表示方式。但是，個人的實際行為也需要非動機因素，例如機會、資源、預期的障礙和過去的經驗。因此，知覺行為控制是一種個人對行為控制的知覺，對意圖和行為的直接影響。

茲針對TPB模型中三個影響意圖決定的自變項分別為：態度、主觀規範和知覺行為控制說明如下：

1.態度 (attitude)

「態度」是指個人對人、事、物或行為所抱持正向或負向的評價 (Ajzen, 1991)。一般認為包含認知、情感、行動三種成分，每一個態度都是信仰、感情與評估的混合，再按照這些態度而行為，也就是說，態度被視為某種內向的情感定向，換句話說，當一個人認為採取某種行為很可能帶來某種結果，而且他認為該結局是好的，則他對此行為的態度會更為正向，進而產生該行為的意圖 (Ajzen, 1991)。「態度」是個人對事物的喜愛或不喜愛的評價，當態度越正向則行為意圖愈高，反之則行為意圖愈低 (Ajzen & Fishbein, 1980)。連經宇、陳育詩 (2010) 在研究綠色消費認知與行為意向之關係研究：以台北及新竹地區為例；魏玉萍、簡佩珊 (2009) 以計劃行為理論探討旅館採購人員採購；劉敏、游友芳 (2012) 以應用計畫性行為理論於綠色環保餐廳之研究；陳筱華、黃建怡 (2011) 以計劃行為理論探討消費者購買有機食品之意圖；張韶筠、李明聰 (2011) 以計劃行為理論實證消費者對有機餐廳之消費意圖與願付價格。研究結果皆發現「行為意圖」會受到「態度」正向的影響。

高雄市綠色友善餐廳由農業局策劃在食材上以當地及四季的蔬果為採購項目 (符合低碳食品) 並配合有機農品、吉園圃安全蔬果及認證後具有產銷履歷的蔬果為採購項目，這些蔬果符合一般所謂的永續食材概念，因此在態度上以永續食材態度來推廣綠色餐廳並繁榮地方經濟而在地產銷蔬果及食材及有機食材更符合環保上的訴求，對地方環境生態友善是政府大力推廣的方向。

因此，根據計劃行為理論 (Ajzen, 1991) 態度是指個人的對某行為持有的態度，可視為對於表現特定的正向或負向評價。而消費者對高雄市綠色友善餐廳永續食材的態度是積極正向，意即消費者更可能在高雄市綠色友善餐廳消費。Azlan Amran . and Goh. Yen Nee (2012) 探討馬來西亞低收入，消費者對永續食材態度是以環境保護，非基因工程食品、公平貿易、健康、在地產品是主要被積極鼓勵地的項目。Ray Wang (2012) 在探討餐廳重要

的環保執行中，提出永續食材：重視使用有機食品非基因食品，地方食物（減少空氣污染）對消費者而言是重要的而且是消費者對菜單上使用當地食材是滿意的。對消費者而言餐廳提供有機食品是餐廳的競爭優勢。

2.主觀規範 (subjective norm)

「主觀規範」是指人們對於他們所在乎的人會如何看待他們的特定行為之信念 (Ajzan, 1991)。個人欲採取某種特定行為時所承受的社會壓力。包括：是否支持、是否希望以及是否喜歡個人所欲採取的某種特定行為 (Ajzan, 1991)。亦即，個人是否採取某種特定行為會受重要他人 (important others) 或周遭環境是否認同其行為所影響；重要他人包括：父母、師長、同儕等。「主觀規範」表示個人採取行為時所感受到社會壓力當主觀規範高則表示行為意圖愈高，反之行為意圖愈低 (Ajzan, 1985)。連經宇、陳育詩 (2010) 在研究綠色消費認知與行為意向之關係研究：以台北及新竹地區為例；魏玉萍、簡佩珊 (2009) 以計劃行為理論探討旅館採購人員採購；劉敏、游友芳 (2012) 以應用計畫性行為理論於綠色環保餐廳之研究；陳筱華、黃建怡 (2011) 以計劃行為理論探討消費者購買有機食品之意圖；張韶筠、李明聰 (2011) 以計劃行為理論實證消費者對有機餐廳之消費意圖與願付價格。研究結果皆發現「主觀規範」對「行為意圖」具有正向影響。

3.知覺行為控制 (perceived behavioral control)

「知覺行為控制」是指反應個人過去的經驗和預期的阻礙，所以影響自我行為控制則包涵內在及外在兩大因素。內在因素包含個人差異性、資訊技術與能力、個人意志力、情緒修養及記憶力等項目。外在因素則包含了時間、機會與他人的協助。由於意志力控制的重要性，(Ajzan, 1985) 引入了知覺行為控制，代表一個人對可控制行為執行的程度，它決定於三個因素：能力、資源、機會。同時也反應個人過去從事類似行為的經驗和預期的阻礙 (Ajzan, 1989)。個人認為自己具有執行該行為的能力、擁有其相關的資源或機會愈多時，則他對控制執行該項行為的行為控制認知會愈強 (Ajzan, 1989)。行為的執行不只決定於個人的意圖，還包括部份的非動機因素，如時間、技能、個人知識的配合等。當個人能夠控制更多採取行為所需的機會與資源，即具有較高的「知覺行為控制」，採取行為的意圖也會愈高 (Ajzan & Madden, 1986)。「知覺行為控制」表示個人在採取某行時所知覺到達成與否的難意度，當知覺行為控制愈高則行為意圖愈高，反之則行為意圖愈低 (Ajzan & Fishbein, 1980)。連經宇、陳育詩 (2010) 在研究綠色消費認知與行為意向之關係研究：以台北及新竹地區為例；魏玉萍、簡佩珊 (2009) 以計劃行為理論探討旅館採購人員採購；劉敏、游友芳 (2012) 以應用計畫性行為理論於綠色環保餐廳之研究；陳筱華、黃建怡 (2011) 以計劃行為理論探討消費者購買有機食品之意圖；張韶筠、李明聰 (2011) 以計劃行為理論實證消費者對有機餐廳之消費意圖與願付價格均發現「知覺行為控制」對「行為意圖」具有正向影響。

4.行為意圖 (behavioral intention)

「行為意圖」指個人想要採取某種特定行為的傾向程度，可從個人是否願意努力去嘗試、願意付出多少心力去實現該行為來測知。若個人對該行為愈抱持喜愛的態度、主觀規範愈支持個人從是該行為，並且對該行為的知覺行為控制能力愈強，則採取該行為的意圖會愈強。

計畫行為理論主要探討影響人類行為的意圖，而意圖則受到態度、主觀規範與知覺行為控制，計畫行為理論已廣泛應用在許多不同領域行為的研究上。

表 2：操作性定義

構面名稱	操作性定義
永續食材態度	消費者到綠色友善餐廳消費對於永續食材正面或負面的評價。(周佳蓉、王月鶯 2009) 1.我比較願意到有提供有機食材的餐廳用餐 2.我認為到提供有機食材的餐廳用餐是對環境有益 3.我比較願意到依照當季食材為主材料的餐廳用餐 4.我比較願意到以當地地方生產食材為主材料的餐廳用餐
主觀規範	消費者到綠色友善餐廳消費所感受到的社會壓力。(連經宇、陳育詩 2010) 1.親朋好友的綠色觀念是影響我願意來餐廳消費的因素 2.政府的綠色政策是影響我願意來餐廳消費的因素 3.業者的綠色產品是影響我願意來餐廳消費的因素 4.環保資訊提供(者)的綠色資訊影響我願意來餐廳消費的因素
知覺行為控制	消費者到綠色友善餐廳消費所體認到的難易程度。並瞭解影響消費者消費可能產生的障礙。(李明聰、張紹筠 2011) 1.我相信綠色友善餐廳會用心改善週遭的環境 2.我相信到綠色友善餐廳消費可以改善生態環境 3.我相信到綠色友善餐廳消費是正確的選擇
行為意圖	消費者消費行動的可能程度，測知消費者是否願意去嘗試、願意付出多少心力去實現到綠色友善餐廳消費。(連經宇、陳育詩 2010) 1.未來我願意再到綠色友善餐廳消費 2.我願意主動推薦綠色友善餐廳給親朋好友

參、研究方法

將根據本研究所欲探討的主題，發展研究架構，並根據研究架構、相關文獻探討，提出研究假設，再針對研究假設進行問卷設計與發放，資料收集並分析，以下將說明研究架構、研究假設、變數定義與評量、資料蒐集及資料分析方法：

一、研究架構

本研究引用 Ajzen (1985) 的「計畫行為理論」，將消費者選擇高雄綠色友善餐廳之相關因素歸納為「態度」、「主觀規範」與「知覺行為控制」三大構面；行為意圖以「消費意願」與「推薦意願」兩個項目來衡量。此外，納入「性別」、「年齡」、「職業」、「學歷」、「收入」、等個人特質。建立本研究所的研究架構(圖 2)。

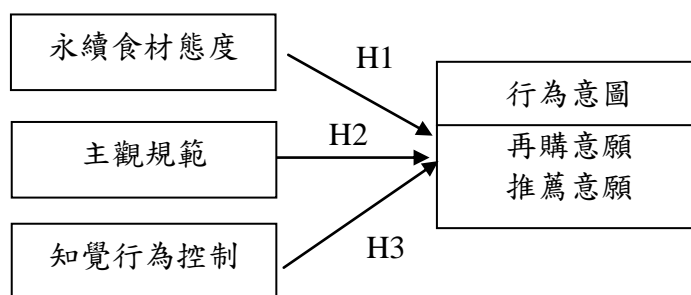


圖 2 研究架構圖

二、研究假設

經由前述研究架構的說明，以及文獻探討等理論依據，本研究建立以下的研究假設：

H1：消費者永續食材態度對高雄綠色友善餐廳行為意圖上有顯著的正向影響。

H2：消費者主觀規範對高雄綠色友善餐廳行為意圖上有顯著的正向影響。

- H3：消費者知覺行為控制對高雄綠色友善餐廳行為意圖上有顯著的正向影響。
 H4：不同「人口統計變項」的消費者在高雄綠色友善餐廳的行為意圖上有顯著的差異。

三、問卷設計

依據前述的文獻回顧，參考以往學者所使用的問卷題項加以修正，問卷內容分為三大部分：

(一) 個人背景

使用「名目尺度」，調查受訪者的「性別」、「年齡」、「學歷」、「職業」、「所得」、「素食行為」、「素食原因」等個人背景資料。

(二) 影響因素

使用李克特五點尺度（1 表非常不同意，5 表非常同意），以 13 個題項調查影響「行為意圖」的相關因素。

(三) 行為意圖

使用李克特五點尺度（1 表非常不同意，5 表非常同意），以 2 個題項調查受訪者的「再購意願」與「推薦意願」。

四、問卷調查

本研究以便利抽樣法進行問卷調查，時間為 2013 年 3 月 10 日至 4 月 10 日於平日及假日午餐晚餐針對三家綠色友善餐廳消費者發放問卷蒐集資料。實際共發放 330 份問卷，有效問卷 299 份，回收問卷有效率 91%。其中，性別以女性(62.9%)居多，顯示女性吃素食的人口較多。年齡上 21~40 歲(48.8%)最多人吃素食，其次是 41~60 歲(37.1%)，顯示縣在年輕人因為健康、環保上多吃蔬食，而不再是因為宗教。學歷以大專(51.8%)最多，其次是研究所(26.1%)，顯示高學歷吃素食的人口越來越多。所得以 2~5 萬元(45.5%)最多，其次是 5~8 萬元(28.4%)，職業以工業、商業(30.4%)最多，其次是服務業(26.1%)，再者是其他(20.4%)。蔬食行為以非素食者(43.5%)最多，在蔬食餐廳中為什麼有這麼多人吃蔬食，是因為假日陪家人一起用餐，造成蔬食餐廳中非素食人口佔(43.5%)。其次是方便素食(19.5%)，素食原因以健康訴求(38.8%)最多，其次是宗教信仰(28.8%)顯示現在越來越多人吃素食是因為健康訴求而不再是宗教因素。

表 3 樣本分佈統計表

背景	項目	人數	百分比
餐廳 類型	餐廳 A	100	33.4
	餐廳 B	100	33.4
	餐廳 C	99	33.1
學歷	國中以下	5	1.7
	高中職	61	20.4
	大專	155	51.8
	研究所	78	26.1
年齡	20 歲以下	16	5.4
	21~40 歲	146	48.8
	41~60 歲	111	37.1
	60 歲以上	26	8.7
素食 行為	三餐全素	56	18.7
	奶蛋素	55	18.4

	方便素食	58	19.4
	非素食者	130	43.5
性別	男 性	111	37.1
	女 性	188	62.9
所得	2 萬以下	42	14.0
	2~5 萬	136	45.5
	5~8 萬	85	28.4
	8~10 萬	17	5.7
	10 萬以上	19	6.4
職業	學 生	29	9.7
	軍警公教	40	13.4
	工業、商業	91	30.4
	服務業	78	26.1
	其他	61	20.4
素食原因	宗教信仰	86	28.8
	環境保護	40	13.4
	健康訴求	116	38.8
	其他	57	19.1

肆、資料分析

一、量表信度與效度檢測

首先，將「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」與「行為意圖」進行相關分析，結果發現，影響因素與行為意圖均呈現相關，表示本研究問卷具備良好的效標關聯效度。

表 4 影響因素與行為意圖相關分析表

影響因素	再購意願		推薦意願	
	相關係數	顯著性	相關係數	顯著性
1.我比較願意到有提供有機食材的餐廳用餐	0.21	0.00	0.37	0.00
2.我認為到提供有機食材的餐廳用餐是對環境有益	0.25	0.00	0.40	0.00
3.我比較願意到依照當季食材為主材料的餐廳用餐	0.19	0.00	0.22	0.00
4.我比較願意到以當地地方生產食材為主材料的餐廳用餐	0.14	0.01	0.16	0.00
5.親朋好友的綠色觀念是影響我願意來餐廳消費的因素	0.28	0.00	0.15	0.00
6.政府的綠色政策是影響我願意來餐廳消費的因素	0.31	0.00	0.11	0.04
7.業者的綠色產品是影響我願意來餐廳消費的因素	0.17	0.00	0.22	0.00
8.環保資訊提供(者)的綠色資訊影響我願意來餐廳消費的因素	0.19	0.00	0.19	0.00
9.我相信綠色友善餐廳會用心感善周遭的環境	0.12	0.02	0.18	0.00
10.我相信到綠色友善餐廳消費可以改善生態環境	0.11	0.04	0.18	0.00
11.我相信到綠色友善餐廳消費是正確的選擇	0.14	0.01	0.32	0.00

二、影響因素對行為意圖影響效果分析

採用驗證性研究，將「態度」、「主觀規範」與「知覺行為控制」分別進行因

素分析，使用「最大變異法」並強制歸納為一構面，所得到的 Cronbach's α 值分別為 0.72, 0.73, 0.78，累積變異解釋量為 54.37%, 55.63%, 69.58%，顯示本研究所建立的研究架構，具有相當的信度與效度。

表 5 影響因素建構效度與信度分析表

構面	評量項目	Cronbach α	負荷量	累積%
永續食材 態度	1.我比較願意到有提供有機食材的餐廳用餐	0.72	0.77	54.37
	2.我認為到有提供有機食材的餐廳用餐是對環境有益		0.76	
	3.我比較願意到依照當季食材為主材料的餐廳用餐		0.72	
	4.我比較願意到以當地地方生產食材為主材料的餐廳用餐		0.68	
主觀規範	5.親朋好友的綠色觀念是影響我願意來餐廳消費的因素	0.73	0.76	55.63
	6.政府的綠色政策是影響我願意來餐廳消費的因素		0.74	
	7.業者的綠色產品是影響我願意來餐廳消費的因素		0.74	
	8.環保資訊提供(者)的綠色資訊影響我願意來餐廳消費的因素		0.73	
知覺行為 控制	9.我相信綠色友善餐廳會用心改善周遭的環境	0.78	0.87	69.58
	10.我相信到綠色友善餐廳消費可以改善生態環境		0.86	
	11.我相信到綠色友善餐廳消費是正確的選擇		0.75	

為了瞭解「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」對「再購意願」與「推薦意願」的影響效果，以「再購意願」與「推薦意願」為依變數，以「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」的因素分數為自變數進行迴歸分析，發現「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」在「再購意願」與「推薦意願」僅有部分顯著的正向影響，僅「主觀規範」完全無顯著影響。因此，本研究的研究假說 H1，獲得支持，假說 H3 獲得部份支持。

表 6 影響因素對行為意圖迴歸分析表

變項	態度	主觀規範	知覺行為控制	模式解釋力
再購意願	0.24**	0.36	0.08	0.08
推薦意願	0.33***	0.06	0.18**	0.20

註：* $P < 0.05$ ；** $P < 0.01$ ；*** $P < 0.001$

三、三家餐廳顧客行為意圖差異分析

為了比較餐廳 A、餐廳 B、餐廳 C 三家不同餐廳顧客行為意圖的差異性，以「再購意願」與「推薦意願」為依變數，以「餐廳類別」為因子，進行單因子變異數分析，發現均無達顯著差異水準，因此，本研究假設未獲得支持。

表 7 不同餐廳行為意圖上差異性

評量項目	餐廳 A	餐廳 B	餐廳 C	平均	顯著性
再購意願	4.34	4.24	4.32	4.30	0.94

推薦意願 4.33 4.36 4.35 4.35 0.48

五、個人背景在行為意圖的差異分析

從獨立樣本 t 檢訂與單因子變異數分析發現僅有「素食原因」在「再購意願」上有顯著差異，經由 Scheffe 事後檢定發現環境保護與其他兩者有差異，並以環境保護的平均數最高(4.55)，可見環保意識抬頭逐漸影響消費者的飲食習慣與觀念。接著僅有「所得」在「推薦意願」上有差異，但經由事後檢定發現不同所得並無明顯差異。

表 8 不同個人特質在再購意願上的差異性

背景	項目	平均值	F 值	P 值
性別	男性	4.44	0.11 (t 值)	0.73
	女性	4.29		
學歷	國中以下	3.80	1.99	0.11
	高中職	4.31		
	大專	4.41		
	研究所	4.28		
年齡	20 歲以下	4.19	0.38	0.76
	21~40 歲	4.36		
	41~60 歲	4.36		
	60 歲以上	4.31		
素食行為	三餐全素	4.30	18.7	0.15
	奶蛋素	4.55		
	方便素食	4.26		
	非素食者	4.32		
所得	2 萬以下	4.29	0.57	0.68
	2~5 萬	4.32		
	5~8 萬	4.44		
	8~10 萬	4.29		
	10 萬以上	4.37		
職業	學生	4.14	1.93	0.10
	軍警公教	4.18		
	工業、商業	4.40		
	服務業	4.38		
	其他	4.44		
素食原因	宗教信仰	4.44	3.94	0.00
	環境保護	4.55		
	健康訴求	4.31		
	其他	4.14		

將「個人背景」與「推薦意願」進行單因子變異數分析，發現僅有「所得」在「推薦意願」上有差異，但經由事後檢定發現不同所得並無明顯差異。

表 9 不同個人特質在推薦意願上的差異性

背景	項目	平均值	F 值	P 值
----	----	-----	-----	-----

性別	男 性	4.37	0.00 (t 值)	0.94
	女 性	4.26		
學歷	國中以下	4.00	0.80	0.49
	高中職	4.23		
	大專	4.34		
	研究所	4.31		
年齡	20 歲以下	4.06	1.80	0.14
	21~40 歲	4.26		
	41~60 歲	4.35		
	60 歲以上	4.46		
素食 行為	三餐全素	4.39	2.16	0.09
	奶蛋素	4.38		
	方便素食	4.34		
	非素食者	4.21		
所得	2 萬以下	4.26	2.43	0.04
	2~5 萬	4.20		
	5~8 萬	4.42		
	8~10 萬	4.53		
	10 萬以上	4.37		
職業	學 生	4.14	0.87	0.48
	軍警公教	4.28		
	工業、商業	4.34		
	服務業	4.27		
	其他	4.38		
素食原因	宗教信仰	4.35	1.11	0.34
	環境保護	4.38		
	健康訴求	4.30		
	其他	4.18		

伍、結論與建議

於本研究主要探討消費者對於綠色友善餐廳餐廳消費行為意圖關係，綜合上述分析結果與討論可得到下面幾點結論：

- 一、消費者對友善餐廳永續食材態度有顯著的正向影響關係，與研究結果一致，說明了消費者對於有機食材及當地、當季食材是滿意的。也符合高雄市政府農業局推廣的目標。並且再購意願、推薦意願是顯著的。
- 二、主觀規範與行為意圖相關較不顯著，可能因為消費者本身是因為健康與環保及宗教因素來店消費，因此不受政府、媒體的影響，而樣本數中有43.5%為非素食者，而本研究樣本所調查的三家餐廳皆為蔬食餐廳，導致研究結果與假說較不符合。
- 三、知覺行為控制與行為意圖有正向相關惟較不顯著，因本研究所調查之店家皆為蔬食餐廳，而樣本數中有43.5%為非素食者，研究結果中推薦意願有正向相關，可能與調查樣本中素食因素有38.8%是因為健康因素而到綠色友善餐廳用

餐，因此在健康導向中願意推薦蔬食與大家分享。

- 四、在人口統計變項中，發現僅有「所得」在「推薦意願」上有差異，但經由事後檢定發現不同所得並無明顯差異，但在環境因素方面有顯著差異，顯示現在的消費者也重視環境保護，而願意到綠色友善餐廳消費並推薦給其他消費者。
- 五、由於消費者重視健康及環保因素下，選擇到綠色友善餐廳用餐，因此在主觀規範中的受親朋好友的影響、政府的政策、餐廳的產品及環保資訊提供的資訊，並沒有影響消費者到綠色友善餐廳用餐，因此無論在政府、業者或環保資訊者，應當大力宣導綠色友善餐廳的優點，利用網路或媒體加強報導，加強消費者對綠色友善餐廳的認同，業者本身也應該透過交流或資訊提供讓消費者了解餐廳的特色，增加顧客的忠誠度。
- 六、本研究高雄綠色友善餐廳是一個較新的議題，可尋找之資料及樣本數有限，建議後續研究者可將高雄市所有綠色友善餐廳納入研究樣本，擴大研究樣本之範圍。

參考文獻

- 【1】王月鶯、周佳蓉、林聖宗、陳國勝（2010）台灣餐廳採行綠色餐飲措施之認知與直行程度：重要-困難-執行，環境管理研究第十二卷第一期。
- 【2】吉園圃安全蔬果：遵守農藥安全使用規定。（標章請連結 [http : //agrapp.coa.gov.tw/GAP/JSP/index_1.jsp](http://agrapp.coa.gov.tw/GAP/JSP/index_1.jsp)）
- 【3】行政院環境保護署（1995）環境保護年鑑。
- 【4】行政院農委會 [http : //www.coa.gov.tw/view.php ? catid=20486](http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=20486)，安全農業入口網簡介。
- 【5】高雄市農業局，安全農業入口網簡介。
- 【6】陳筱華、黃建怡（2011）以計劃行為理論探討消費者購買有機食品之意圖。
- 【7】連經宇、陳育詩（2010）在研究綠色消費認知與行為意向之關係研究：以台北及新竹地區為例；
- 【8】湯琪瑩（2008），台灣地區綠色餐廳評選指標之研究。國立台北護理學院旅遊健康碩士論文，未出版。
- 【9】榮泰生（2005），SPSS 與研究方法，台北市：五南。
- 【10】魏玉萍、簡佩珊（2009）以計劃行為理論探討旅館採購人員採購。
- 【11】劉敏、游友芳（2012）以應用計畫性行為理論於綠色環保餐廳之研究。
- 【12】張韶筠、李明聰（2011）以計劃行為理論實證消費者對有機餐廳之消費意圖
- 【13】環保低碳活動平台 [http : //greenevent.epa.gov.tw/index.asp](http://greenevent.epa.gov.tw/index.asp)
- 【14】Ajzen, I. (1985). From intentions to actions : a theory of planned behavior. In Kuhl, J., & Beckman, J. (Eds.), Action Control : From cognition to behavior, 11-39. Heidelberg : Springer.
- 【15】Ajzen, I. (1988). Attitude, Personality, and Behavior. Milton Keynes, England : OpenUniversity Press.
- 【16】Ajzen, I. (1989). Attitude Structure and Behavior. In Pratkanis, A. R., Breckler, S.J., & Greenwald, A. G. (Eds.), Attitude Structure and Function, 241-274. NJ : Lawrence Erlbaum Associates.
- 【17】Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50 (2) , 179-211.
- 【18】AzlanAmran and Goh Yen Nee (2012) DETERMINANTS OF BEHAVIOURAL INTENTION ON SUSTAINABLE FOOD

CONSUMPTION AMONG CONSUMERS" OF LOW INCOME GROUP :
EMPIRICAL EVIDENCE FROM MALAYSIA) WEI International
European October 14-17, 2012 Academic Conference Proceedings Zagreb,
Croatia

【19】 GREEN RESTAURANT® 4.0 STANDARDS (2011)

【20】 London Food Link Sustain : the alliance for better food and farming December
2007