

消費者認知對綠色休閒營運績效之影響研究

施志勳、陳欽雨

E-mail: 9510787@mail.dyu.edu.tw

摘要

休閒產業是世界各國普遍重視的無煙工業，它與科技產業共同被視為是21世紀的明星產業。隨著人們非工作時間與所得收入的增加，旅遊成為人類生活中普遍的現象；但政府與業者為了要滿足日益增加的觀光旅遊需求，無不大肆開發環境與擷取資源，使得環境與資源正因旅遊發展而蒙受莫大的衝擊與危機。本研究以休閒旅遊地區之消費者為調查對象，探討消費者綠色認知，包含：綠色知識、綠色體認、綠色評估、綠色參與等四個構面是否對休閒產業業者的營運績效（消費者滿意度、消費者行為意向）產生影響。研究結果如下所示：一、消費者的年齡與教育程度較高者，在綠色消費認知上均有較高的表現。二、休閒業者推動綠色政策或措施，有助於提升營運績效（消費者滿意度、消費者行為意向）。三、綠色消費者認知程度越高，對綠色休閒之旅遊地區的消費者滿意度及消費者行為意向就越高，有助於提升營運績效（消費者滿意度、消費者行為意向）。

關鍵詞：綠色認知，休閒產業，消費者滿意度

目錄

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-----|---------------|----|---------------|---|-----------------------------|----|-----------------------|-----|---------------------|----|--------------------|----|---------------------------|----|------------------|----|---------------|----|---------------|----|-----------------|----|------------------|----|-----------------|----|-----------------------------|----|-----------------------|----|-------------------|----|---------------------------|----|---------------|----|----------------|----|-----------|----|---------|----|---|
| 封面內頁 簽名頁 授權書..... | iii | 中文摘要..... | iv | 英文摘要..... | v | 誌謝..... | vi | 目錄..... | vii | 圖目錄..... | ix | 表目錄..... | x | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 第一章 緒論 第一節 研究背景..... | 1 | 第二節 研究動機..... | 2 | 第三節 研究目的..... | 5 | 第二章 文獻探討 第一節 綠色休閒之相關文獻..... | 6 | 第二節 消費者綠色認知之相關文獻..... | 13 | 第三節 綠色消費者之相關文獻..... | 19 | 第四節 營運績效之相關文獻..... | 25 | 第三章 研究方法與設計 第一節 研究流程..... | 29 | 第二節 變數操作性定義..... | 31 | 第三節 研究架構..... | 32 | 第四節 研究假說..... | 34 | 第五節 資料收集方法..... | 35 | 第六節 問卷設計與前測..... | 36 | 第七節 資料分析方法..... | 37 | 第四章 研究結果與分析 第一節 問卷回收情形..... | 41 | 第二節 問卷背景資料及各構面分析..... | 41 | 第三節 研究假說分析結果..... | 47 | 第五章 研究結論及建議 第一節 研究結論..... | 56 | 第二節 管理意涵..... | 57 | 第三節 後續之研究..... | 61 | 參考文獻..... | 63 | 附錄..... | 71 | 圖目錄 圖2-1 休閒、遊憩、觀光之關係圖 8 圖2-2 綠色消費者的分類 23 圖2-3 綠色遊客的議題 24 圖3-1 本研究流程 30 圖3-2 研究架構 33 表目錄 表1-1 國人國內旅遊重要指標彙整表 4 表1-2 國內旅遊目的 7 表2-1 休閒定義 10 表2-3 國人國內平均旅遊次數 12 表2-4 綠色消費「三R、三E」六原則 17 表2-4 綠色消費「三R、三E」六原則（續） 18 表2-5 消費者類型與其所佔人口比例 22 表4-1 人口統計資料次數分配表 42 表4-2 消費者認知程度分類表 43 表4-3 消費者綠色認知轉軸後之因素矩陣 44 表4-3 消費者綠色認知轉軸後之因素矩陣（續） 45 表4-4 消費者滿意度之因素矩陣 46 表4-5 消費者行為意向之因素矩陣 47 表4-6 人口統計變數對消費者綠色認知之假說考驗結果 48 表4-7 年齡及教育程度在消費者綠色認知程度上變異數分結果 49 表4-8 旅遊地區對其營運績效之t檢定結果 50 表4-9 旅遊地區對消費者綠色認知之t檢定結果 51 表4-10 消費者綠色認知對其營運績效之t檢定結果 52 表4-11 消費者綠色認知構面對其營運績效之相關分析表 53 表4-11 消費者綠色認知構面對其營運績效之相關分析表（續） 54 表4-12 消費者綠色認知對其營運績效之相關分析表 54 表5-1 研究假說驗證結果 60 表5-1 研究假說驗證結果（續） 61 |

參考文獻

1. 中文文獻 1.2005年宜蘭綠色博覽會（2005）。2005年11月20日，取自 <http://igreen.e-land.gov.tw/> 2.于寧、賴明伸（2000）。綠色消費運動之起源、現況及未來。環境工程會刊，6-7。3.方世榮譯（1995）。行銷學原理，初版。Philip Kotler and Gary Armstrong 著。台北市：東華書局股份有限公司。4.王豐年（1998）。老子消費觀的環保意識。哲學與文化，25（9），856-864。5.中華民國清潔生產中心（1999）。以綠色行銷做法因應綠色消費的潮流：企業永續經營不可或缺的要害。清潔生產資訊雙月刊，23，4-6。6.行政院經濟建設委員會（2004）。台灣二十一世紀議程國家永續發展願景與策略綱領。7.交通部觀光局（2005）。中華民國93年國人旅遊狀況調查報告。8.呂正成（1994）。綠色消費者之消費行為研究 - 以主婦聯盟為例。國立台灣大學商學研究所碩士論文，未出版，台北市。9.李佳禾（2004）。生命週期評估與環境績效分析研究 - 以人造纖維產品為例。國立成功大學環境工程學系碩士論文，未出版，台南市。10.李英弘、李昌勳譯（1999）。觀光規劃 - 基本原理、概念與案例，第三版。Clare A. Gunn 著。台北市：田園城市文化事業有限公司。11.宋秉明（2001）。永續/生態觀光的規劃模式 - 一種永續觀光規劃的模式。觀光研究學報，6（1），37-48。12.沈永正、楊昇曉（2004）。購買決策前認知與情感建構對產品價值之影響。元智大學企業管理學系論文，未出版，中壢市。13.沈振芳（2000）。台灣

地區國際航空客運業策略群組與營運績效關係之研究。國立海洋大學航運管理學系碩士論文，未出版，基隆市。14.林俊昇、黃文琪（2002）。休閒農場經營績效評估之分析。農業經營管理年刊，8，1-37。15.林靈宏（1994）。消費者行為。台北市：五南圖書出版公司。16.林穆琳（2005）。綠色消費 - 買東西也買綠色地球。2005年9月28日，取自 <http://e-info.org.tw/column/EPenergy/2004/ep04111501.htm> 17.卓雅文（2001）。半導體產業環境與安全衛生績效指標之研究。雲林科技大學環境與安全工程系碩士班碩士論文，未出版，斗六市。18.周佳慧（2001）。休閒活動與休閒阻礙。中華體育，15（3），144-149。19.周鳳琪（2001）。淺談國小休閒教育之實施。台灣教育，602，17-20。20.吳貞萱（2005）。量販店與連鎖便利商店消費者對綠色行銷之反應研究。大葉大學事業經營研究所碩士論文，未出版，彰化縣。21.高秀如（2001）。以資源基礎觀點探討航空貨運承攬業核心能力及其對營運績效影響之研究。國立海洋大學航運管理學系碩士論文，未出版，基隆市。22.唐學斌（2002）。觀光事業概論。台南縣：復文書局。23.柴松林（1996）。休閒時代學習社會。北縣教育，14，33-38。24.柴松林（2001）。綠色消費主義。環保標章簡訊，25。2005年9月20日，取自 http://greenmark.epa.gov.tw/declare/mag_content.asp?Serial=224 25.梁錦琳、陳雅玲譯（1993）。綠色行銷。Peattie Ken 著。台北市：牛頓出版股份有限公司。26.陳定國（1982）。行銷管理導論，初版。台北市：五南圖書出版公司。27.陳明璋（1996）。企業贏得策略。台北市：遠流出版事業股份有限公司。28.陳光榮（1999）。二十一世紀行銷 - 綠色行銷。科技博物館，35，101-106。29.陳正昌、程炳林、陳新豐、劉子鍵（2003）。多變量分析方法：統計軟體應用。台北市：五南圖書出版股份有限公司。30.陳欽雨、高宜慶（2002）。綠色生產及消費系統評估指標建構與分析之研究。行政院國家科學委員會補助大專生參與專題研究計畫研究成果報告。31.陳思倫、歐聖榮、林連聰（2001）。休閒遊憩概論。台北市：世新大學。32.陳淑芬（2000）。策略型態、市場導向、創新能力與績效關係之研究。雲林科技大學企業管理技術研究所碩士論文，未出版，斗六市。33.陳怡君、郭文貴、蕭美鈴（2004）。環保紡織品之綠色行銷與綠色消費行為關係之研究 - 以台北市為例。華岡紡織期刊，11（2），117-131。34.陳曼麗（2001）。綠色消費從生活中做起。環保標章簡訊，25。2005年9月20日，取自 http://greenmark.epa.gov.tw/declare/mag_content.asp?Serial=225 35.黃致傑、游志青（2004）。休閒倫理的重要性與推展策略之探討。大專體育，74，130-135。36.黃俊英、黃義俊（1999）。綠色行銷思想演進及發展。台灣經濟金融月刊，35（7），1-15。37.黃義俊（2003）。環保導向的價值觀與企業的綠色管理關連性之實證研究。環境與管理研究，4（2），17-60。38.曹勝雄（2001）。台灣生態旅遊市場之分析。第一屆永續生態旅遊研討會論文集，65-77，中華民國永續生態旅遊協會，台北市。39.郭廣亮、徐志浩、李群（2005）。濟南南部山區水源涵養生態功能保護區生態環境評價指標系統研究。環境保護科學，31（131），60-62。40.曾春海（1997）。儒道的消費倫理與環境倫理。哲學與文化，24（10），910-919。41.張淑青（2005）。觀光旅遊服務知覺價值因素構面與衡量題項。服務業管理評論，1（1），105-128。42.張春興（2004）。教育心理學。台北市：東華書局股份有限公司。43.楊國樑、莊淑姿（2004）。休閒經濟學。台北縣：普林斯頓國際有限公司。44.楊語芸譯（1999）。90年代社會心理學。Kay Deaux Francis C. Dane and Lawrence S. Wrightsman 著。台北市：五南圖書出版有限公司。45.雷久南（1999）。「綠色」消費、綠化地球。琉璃光雜誌。2005年11月5日，取自 <http://www.lapislazuli.org/TradCh/magazine/199911/199911.html> 46.蔡宏進（2004）。休閒社會學。台北市：三民書局股份有限公司。47.蔡耀宗（2005）。休閒旅遊產業的服務品質提升。品質月刊，41（5）24-26。48.蔡瓊嬋（1998）。消費者對不同綠色廣告之廣告態度研究 - 以台北市三所國立大學學生為例。國立交通大學管理科學研究所碩士論文，未出版，新竹市。49.廖家新（2001）。台灣地區對綠色產品的認知與購買行為之調查研究。國立高雄師範大學環境教育研究所碩士論文，未出版，高雄市。50.薛華泰（2002）。台灣企業環保策略與環保績效之相關研究。中原大學企業管理學系碩士論文，未出版，中壢市。51.劉潔心、晏涵文、劉貴雲、邱詩揚、李佳容（2000）。社區居民綠色消費行為及相關之訊息傳播調查研究。2000年環境教育研討會手冊。52.劉家蘭、王思山（2005）。淺談環境績效審計的內容。會計之友，9A，62-63。53.劉舜瑛（2003）。國立高中職附設實習旅館營運績效評估模式建立之研究。靜宜大學觀光事業研究所碩士論文，未出版，台中縣。54.賴衍瑞（2002）。休閒產業電子商務營運績效之研究 - 以台灣地區觀光旅館網站為例。國立臺灣師範大學運動休閒與管理研究所碩士論文，未出版，台北市。55.鍾聖校（1990）。認知心理學。台北市：心理出版社。56.鍾文正（1998）。物流中心類型與生產力績效評估標準之相關性研究。國立中興大學企業管理研究所碩士論文，未出版，台中市。57.謝智謀、王怡婷譯（2001）。觀光消費行為 - 理論與實務。John Swarbrooke and Susan Horner 著。台北市：桂魯有限公司。58.蘇雲華、張如君（2005）。大型高科技製造業與高科技服務業之戰術性行銷模式與經營績效之實證研究。東南企業管理學報，2，48-67。59.龔昶元、何鴻鈞（2005）。合資進入模式在大陸市場經營績效關連性之研究 - 大陸台商之實證。東南企業管理學報，2，68-81。二、英文文獻 1.Anderson, R. E., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(7), 55-66. 2.Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2001). *Consumer Behavior*(8th ed.). Harcourt Broce Joranovich College Publishers, The Dryden Press. 3.Hines, J. M., Hungergord, H. R., & Tomera, A. N. (1986). Analysis and Synthesis of Reseach on Responsible Environmental Behavior: A Meta-Analysis. *The Journal of Environmental Education*. 18(2), 1-8. 4.Horner, S., & Swarbrooke, J. (1996). *Marketing Tourism, Hospitality, and Leisure in Europe*. International Thomson Business Press, London. 5.Peattie, K. (1993). *Green Marketing*. Pitman Publishing, London. 6.Kimmel, J. R. (1999). Ecotourism as Environmental Learning. *The Journal of Environmental Education*. 30(2), 40-44. 7.Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Prentice-Hal: Upper Saddle River, N.J. 8.MacKenzie, D. (2000). You can still shop to save the world. *New Statesman*, 129(4468), 12-14. 9.Porter, M. E., & Claas van der Linde (1995). Green and Competitiveness Ending the Stalemate. *Harvard Business Review*. 10.Kolter, P., & Armstrong, G. (2000). *Marketing: An Introduction*(5th ed.). Prentice Hall. 11.Robbins S. P. (2000). *Fundamentals of Management*. Prentice Hall. 12.Straughan, R. D., & Roberts, J. A. (1999). Environmental Segmentation Alternatives: a look at green consumer behavior in the new millennium. *Journal of Consumer Marketing*, 16(6), 558-575. 13.Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of Business Performance on Strategy Resource: A Comparison of Approaches, *Academy of Management Review*, 11, 801-814. 14.Zeithaml, V. A., Terry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.