

專題題目：影響蔬食餐廳再購意願之因素探討—以內外控與自我效能為干擾變數

學生：賴佳怡、鄧傑云、蔡薇蒨、潘怡如、張嫚滢

摘要

近年來，由於健康及環保意識的抬頭，喜歡吃蔬食的消費者有越來越多的現象，但相關的研究卻是匱乏的。本研究的研究架構以消費價值、環境態度為自變數，再購意願為依變數，自我效能和內外控為干擾因子。採發放實體問卷與網路問卷的方式，預計以有在高雄地區的蔬食餐廳用過餐的民眾為對象，正式問卷共發放205份，扣除20份無效問卷，共回收185份有效問卷，有效問卷比率為90.2%，透過統計套裝軟體SPSS(第21版)進行資料分析，採用信度分析、描述性統計、T檢定、多元迴歸分析，來進行分析並解釋變數之間的關聯性。結論分述如下：

- (1)消費價值對於再購意願有正向影響。
- (2)消費者的環境態度對於再購意願有正向影響。
- (3)內控並無顯著正向干擾消費價值及環境態度對再購意願之影響，但達負向顯著。
- (4)自我效能並無顯著正向干擾消費價值及環境態度對再購意願之影響，但達負向顯著。

根據研究結果，本研究提出相關建議。

根據以上研究結果，除了再購意願與自我效能中，21歲到30歲與41歲以上之受測者看法有差異外，其餘各變數對性別、年齡、教育程度並沒有太大影響。就干擾而言，內控及自我效能為負向顯著干擾消費價值及環境態度對於再購意願之影響，其原因是內控高的人對於自己的行為及周遭的環境可以掌握，他不需要具備強烈的消費價值及環境態度就可能對蔬食餐廳產生再購意願；而自我效能高的人對自己再次到蔬食餐廳用餐這件事情是靠自己的意願能力而非外在因素，如消費價值及環境態度的影響，因此他不需要有消費價值、環境態度就能主動再購。

關鍵字：再購意願、消費價值、環境態度、內外控、自我效能、蔬食餐廳

Keyword: Repurchase Intention、Consumption Value、Locus of Control、Self-efficacy、Vegetarian Restaurant