

指導老師：林美蘭

題目：健康食品之網路購買動機、認知風險與購買意願之研究—以藍藻產品為例

組員：柯胤廷 49440085 陳惠姿 49660103 侯雅婷 496M0092 劉家豪 496M0093 楊俊淵 496M0912

摘要：現代人似乎對於飲食方面越來越注重，但近年也因飲食方面衍生出許多有關身體健康上的問題，導致高血脂、高血壓、慢性疾病、文明疾病等，現代人飲食習慣大部分是藉由外食或速食來消化自己的肚子，在工作繁忙之際常常無法顧慮到飲食方面的均衡及營養，進而影響身體健康，不過意識高漲的今天，隨著消費者生活品質的提高，醫藥的先進與健康食品的環境改變，人類的平均壽命逐年提高，生活水準上的提升，也讓消費者對於自身的健康越來越重視。在追求更健康的理念下，以簡便或精緻的健康食品來補充日常生活中忽略的營養素，然而健康食品成為台灣近來食品市場的新寵兒，健康食品跟一般的食品不一樣，它含有對於人類健康或預防疾病且具有保健之功能。這也是它為何變為大眾消費者所接受的食物之一，況且現在國內外的健康食品皆以開放作為非處方用藥，消費者可自由選購適合自己的健康食品。在本研究裡我們以藍藻食品為例，為了了解消費者對於藍藻健康食品的基本認知以及在網路購物環境下之購買動機與認知風險對購買意願的影響，我們引用學者 Hur, Ko and Valacich(2007)、(陳建文等，2007、陳成業等，2007)、(陳成業、林怡秀 2009) 對網路購物行為之探討所整理出網路購物之購買動機、認知風險、購買意願等三個層面;而網路購買動機包含五個構面，便利性、資訊性、多樣性、社會性、經濟性。網路購物的認知風險包含了安全與隱私、產品投遞、產品品質、顧客服務等四個構面。而網路購買意願則針對消費者的消費意願做為探討;伴隨高齡化社會的來臨，國人對於健康、保健的重視，保健食品及營養補充品的商機受到高度注意，保健食品產業逐漸興起，運用各種加工技術製成、方便消費者食用之保健食品孕育而生;而近年來藍藻產品已經被許多生技公司所開發使用，研究出藍藻對人體的功效，未來藍藻產品的出產只會更多，讓民眾有更多的選擇。研究以問卷的方式進行;(一)使用 Spss 迴歸分析程式來檢測網路購買動機與認知風險對網路購買意願是否有顯著差異。本研究分析結果發現 1.消費者網路購買藍藻健康食品的認知風險會影響購買動機，由 p 值來看是否達到顯著性，因結果不到顯著標準，代表消費者在網路購物的認知風險對購買動機並無顯著性的影響。2.消費者網路購買藍藻健康食品的動機會影響購買意願，因 p 值達顯著標準，代表購買動機會影響購買意願。3.消費者網路購買藍藻健康食品的認知風險會影響購買意願，因 p 值達顯著標準，代表認知風險會影響購買意願;(二)利用 T 檢定來檢測是否有差異性，以性別對購買動機的五各構面之差異性、以性別對認知風險四個構面之差異性和以性別對購買意願之差異性。在「便利性」、「資訊性」、「多樣性」這三個變項有達顯著水準，表示男女生在「便利性」、「資訊性」、「多樣性」是有顯著差異;就性別的不同對健康食品在網路上購買意願是有顯著水準，表示男女生在網路上購買的意願是有顯著差異的;(三)利用多變量變異數分析，針對年齡、收入、學歷的不同對網路購買動機、認知風險與購買意願之關係差異性的結果。1.年齡分別對購買動機與購買意願是有顯著的差異。2.收入對認知風險有顯著性的差異。3.學歷對認知風險與購買意願皆有達到顯著性的差異。

關鍵詞：健康食品、認知風險、購買動機、購買意願、螺旋藻(藍藻)、網路購物、五力分析