

南台科技大學

餐旅管理系

畢業專題報告

產品知識與知覺價值對消費者購買行為
之影響-以女性保健食品為例

指導教授：鄭淑勻 老師

學生：林孟瑾 498M0006

侯依伶 498M0024

黃于倫 498M0035

彭奕綺 498M0110

中華民國一百零一年十二月二十八日

摘要

近年來因時代變遷及生活型態的改變，許多女性對於內在保健及外在保養逐漸重視，使女性保健食品成為維持青春美麗不可或缺的物品之一。除了報章雜誌及大眾媒體外，網路上也隨處可見有關於保健食品的相關報導。消費者可以在眾多管道中搜尋產品資訊並且產生知覺價值。本研究以女性為主要探討對象，欲探討產品知識與知覺價值的程度是否會影響消費者的購買行為，採用問卷調查法，以曾經購買過及使用過女性保健食品之消費者為對象。本研究合計發放350份問卷，回收有效問卷為307份，並使用SPSS 12.0分別以獨立樣本、次數分配、單因子變異數等方法進行資料分析。根據上述分析結果為消費者在不同程度的產品知識影響下對女性保健食品的購買行為有顯著正向關係；且消費者的知覺價值程度不同下對於女性保健食品購買行為有顯著正向關係，另外，消費者在不同程度的產品知識影響下對知覺價值有顯著正向關係。本研究亦提出實務建議供業者行銷參考。

關鍵詞:產品知識、知覺價值、購買行為、女性保健食品