

摘要

近年來，由於環保意識的興起，消費者對於綠色產品的接受度越來越高，而這與政府大力推動環保標章息息相關。在綠色產品購買意圖的相關研究中，計畫行為理論為最受歡迎的理論之一，而過去三年來已經有學者開始探討對綠色產品態度的前因，探討是不是有其他因素會影響到對綠色產品的態度而進一步影響到購買意願，而本研究加入環保標章到計畫行為理論中，並探討消費者對於綠色產品的購買意圖。

本研究以問卷為調查工具，以新竹與雲林的消費者為調查對象，並以結構方程式來驗證本研究之假說。而本研究結果發現環保標章、對綠色產品之態度、主觀規範、知覺行為控制對於購買意圖有正面的影響，另外環保標章也被證明是影響對綠色產品態度的重要因素。

關鍵詞: 計畫行為理論、綠色產品、環保標章