

綠色行動、綠色信任與再購意願探討 —以台灣星巴克咖啡為例

The Green Actions, Green Trust and Repurchase Intention – A Case Research of the Starbucks Taiwan

黃于芮 Yu-Jui Huang*

私立中原大學企業管理學系

Department of Business University, Chung Yuan Christian University

E-mail: rachel_love0817@hotmail.com

李宗偉 Chung-Wei Li

私立中原大學企業管理學系助理教授

Department of Business University, Chung Yuan Christian University

E-mail: research.cwli@gmail.com

(收件日期：101年11月8日；第一次修正：101年12月21日；接受日期：102年1月23日)

摘要

順應國際環境保護的趨勢，企業已逐漸採取「綠色行動」，將環保的意識加入於產品或服務的生產、使用及售後處理的過程中，而消費者亦在環保的意識下，對於此類「綠色行動」產生出一種對產品或企業的「綠色信任」。然而目前卻少有學者針對企業的「綠色行動」或消費者的「綠色信任」對於再購意願是否有影響一事，進行研究。本研究係以大學生及研究生等學生族群為主，就此族群對於目前已採用的許多綠色行動的企業，是否會造成「綠色信任」及其特性進行研究，並以統一星巴克股份有限公司為例，探討企業綠色行動與綠色信任對再購意願之影響，進而推論到其他相關綠色企業在政策上之參考。本研究指出：企業在實行綠色行動時，環境保育對消費者再購意願有正向影響、綠色信任與消費者再購意願有正向影響；而在消費者「綠色信任」的研究中，綠色信任在綠色行動與再購意願關係中存在完全中介的影響效果。

關鍵詞：綠色產品、綠色信任、再購意願。

Abstract

The pursuit of sustainable development is the trend of the international environmental protection. For an enterprise, the awareness of environmental protection pushes the enterprise to take an “green-action” in the processes of production, usage or after-sale of products or services. For a customer, the green-action will generate a “green-trust” for product or enterprise in the consciousness of environmental protection. However, how does the influence act from “green-action” or “green-trust” to the repurchase intention of customers is seldom studied. The purpose of this paper is to study the influence processes between “green-action”, “green-

*通訊作者：中原大學企業管理學系研究生(聯絡地址：桃園縣中壢市中北路200號，中原大學企業管理學系，電話：03-2655101，E-mail: rachel_love0817@hotmail.com)