

綠色包裝、地方文化包裝對品牌權益與企業形象、購買意願之影響-大甲裕珍馨為例

陳欣宜, 蔡明春

企業管理學系

管理學院

mctsai@chu.edu.tw

摘要

本研究主要係期望探討綠色包裝、地方文化包裝對糕餅消費者品牌權益、企業形象及購買意願之影響，並以具地方文化特色之大甲裕珍馨為例。本研究以過去相關文獻為基礎，建立各研究變數之關聯性模式，並設計問卷量表內容，經由初步的100份問卷之預試結果顯示，本研究之研究變數具有良好的信效度。另外，後續本研究擬再發放200份以上問卷，問卷回收後，將利用結構方程模式(SEM)進行分析，以檢視分析本研究所建立之研究模式之關聯性，藉此找出綠色包裝、地方文化包裝對糕餅消費者品牌權益、企業形象及購買意願之影響性。期望此結果能提供未來大甲裕珍馨及其他糕餅者行銷管理之參考。

關鍵字：綠色包裝、地方文化包裝、品牌權益、品牌形象、購買意願