

南榮學報撰稿格式

一、文稿請以電腦 MS WORD 文書軟體橫式打字，使用字體及紙張(A4)邊界規定如下：

- (一) 題目：中文標楷體 16P 字粗體，英文羅馬體 (Times New Roman) 16P 字，每個英文字的第一個字母大寫，其餘字母、介詞、冠詞均小寫。
- (二) 主標題：中文標楷體 14P 字粗體，英文羅馬體 (Times New Roman) 14P 字。
- (三) 次標題：中文標楷體 12P 字粗體，英文羅馬體 (Times New Roman) 12P 字。
- (四) 作者姓名及圖表：中文標楷體 12P 字，英文羅馬體 (Times New Roman) 12P 字。作者英文名字請用全名，並以名在前姓在後之排列方式。
- (五) 任教系別、摘要、關鍵字(詞)：中文標楷體 10P 字粗體，英文羅馬體 (Times New Roman) 10P 字。
- (六) 本文：中文標楷體 12P 字，英文羅馬體 (Times New Roman) 12P 字，固定行距 24 行高。
- (七) 參考文獻：中文標楷體 12P 字粗體，英文羅馬體 (Times New Roman) 12P 字。固定行距 20 行高。
- (八) 行間距：1.5 倍行高。
- (九) 紙張邊界設定：左、右：2.7cm；上、下：3 cm。
- (十) 頁碼：頁尾，置中，阿拉伯數字，羅馬體 (Times New Roman) 10P 字。

二、表格製作之注意事項：

- (一) 表格上方需有標題並註明表一、表二等序號。
- (二) 表格內容若能以文字說明者，不須另外列表，以免表與本文敘述重複。
- (三) 表格中若有小註，請以 1. 2. 3. 等字母置於數字或文字之右上角，小註之內容應按標碼順序緊列於表後，表格之大小請勿超過本文篇幅。

三、圖片製作之注意事項：

- (一) 圖片下方需有標題並註明圖一、圖二等序號。
- (二) 插圖或照片以黑白、清晰、不超過本文之篇幅為原則。
- (三) 圖片之說明力求簡短，但必須獨立而完整，以利本學報閱讀者不需閱讀本文即能了解圖片之內容。
- (四) 照片若超過一張以上，則色調必須一致。

四、數字、單位：文字分段敘述之編號以一、(一)、1、(1)、i、(i) 為序，文字敘述中之數字一律以阿拉伯數字表示。

五、參考文獻格式之注意事項：

文獻資料中、外文並存時，依中文、日文、西文、網路資料順序排列；作、編者在兩位以上時，中間以頓號(、)隔開。其寫法如下：

(一) 書籍類：

林文達 (1992)。教育行政學。臺北市：三民。

吳明清 (2000)。教育研究—基本觀念與方法分析 (3 版)。臺北市：五南。

Barnard, C. I. (1971). *The functions of the executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Rosenthal, R. (1987). *Meta-analytic procedures for social research* (2nd ed.). Newbury Park, CA: Sage.

(二) 期刊論文：

沈姍姍 (1996)。教育選擇與控制理念的另類思考。教育資料與研究，4，14-15。

Powers, J. M., & Cookson, P. W. Jr. (1999). The politics of school choice research. *Educational Policy*, 13(1), 104-122.

(三) 論文集

羅光 (1987)。儒家的生命哲學。見高明 (編) 中華文化與儒家思想論集 (頁 98-107)。台北，台灣：國立編譯館。

Dison, W. J., Ed. (1893). *BMDP Biomedical Computer Programs*. University of California Press, Berkeley, CA, USA.

(四) 翻譯書

戴斯蒙·莫里斯 (1989)。人類行為，郭盈軒 (譯)，頁 80-85。台北，台灣：桂冠圖書公司。

(五) 報告類：

盧義發 (1992)。飲食脂肪與膽固醇對大白鼠血清與肝臟脂質之影響。行政院國家科學委員會研究計畫成果報告 (NSC-80-0409-B-030-02)，臺北，台灣：行政院國家科學委員會。

Tiller, F. M., & Leu, W. F. (1984) *Solid-liquid separation for liquified coal industries : Final report for RP-1411-1 (EPRI"AP-3599)* . Palo Alto, CA: Electric Power Research Institute.

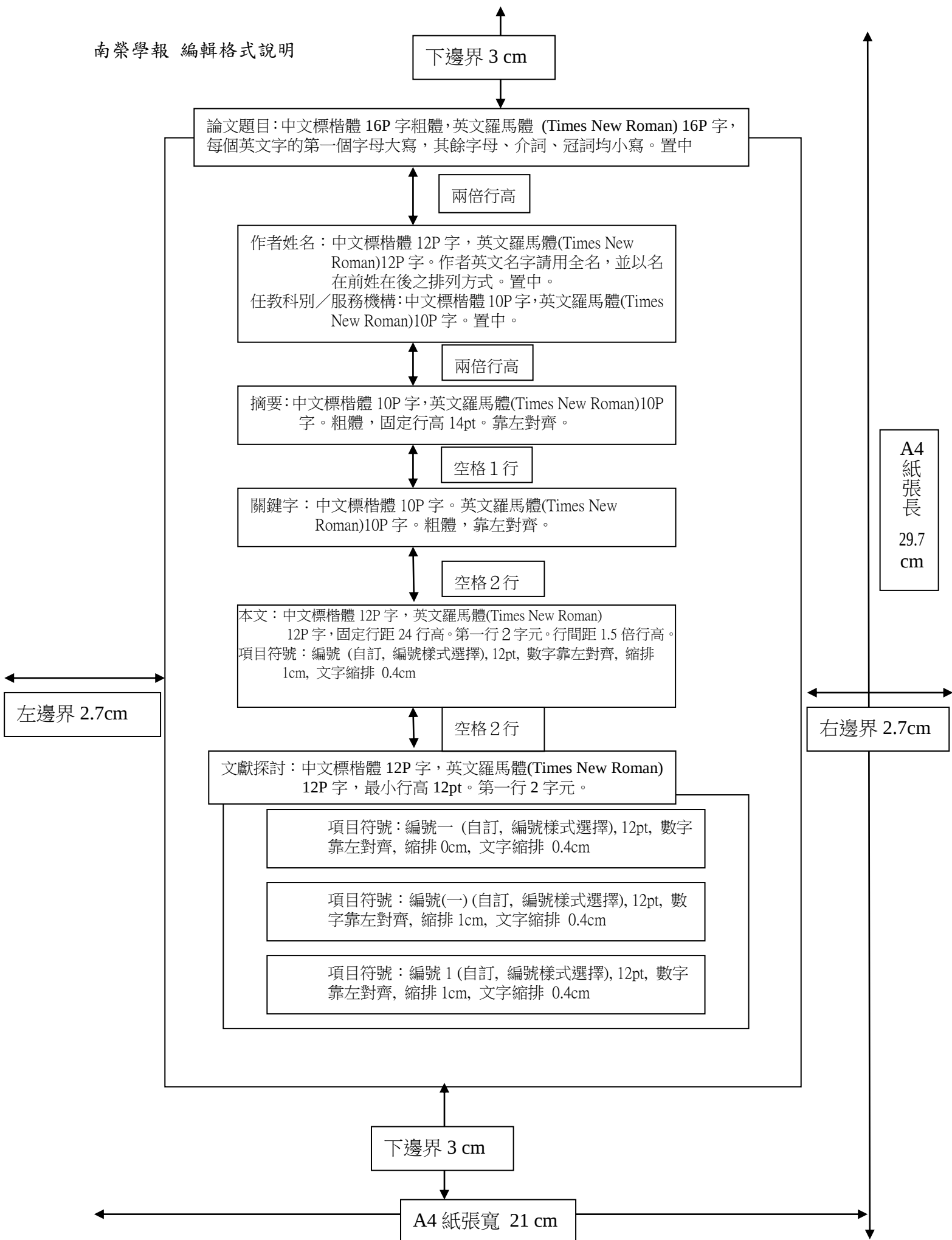
(六) 報紙文章

陳揚盛 (2001 年 2 月 20 日)。基本學力測驗考慮加考國三下課程。台灣立報，第 6 版。

(七) 網路資料

鄭湧涇 (2000)。國科會科學教育發展處各項補助及獎勵策略重點說明。2000 年 4 月 14 日，取自 <http://www.nsc.gov.tw/sci/letternews328.html>。

Cobern, W. W., & Loving, C. C. (2000). Scientific worldview: A case study of four high school science teachers. *Electronic Journal of Science Education*, 5(2). Retrieved July 24, 2002, from <http://unr.edu/homepage/crowther/ejse/cobernetal.html>.



消費者之產品涉入、知覺風險與資訊傳播影響 其購買意願之研究-以臺中酒廠果醋為例

A Study on the Effects of Product Involvement, Perceived Risk, and Information Dissemination on Purchasing Intention: A Case Study on Fruits Vinegar in Taichung Wine Factory

陳淑娟¹ 楊珮綺² 林永順³
Shu-Chuan, Chen¹ Pei-Chi, Yang² Yeong-Shenn, Lin³

作者姓名：12P
任教系別：10P，粗體

國立屏東科技大學 農企業管理研究所^{1,2}
國立屏東科技大學 農企業管理研究所副教授³

摘要、關鍵字：10P，粗體
固定行高 14pt

摘 要

隨著生活水平提高，健康養生食品的產量及消費市場持續成長，醋即為其中健康飲料一員。且許多研究指出，從產品涉入產生知覺風險、資訊傳播存在相關關係，因此本研究的主要目的：

1. 瞭解消費者對果醋產品涉入程度。
2. 消費者人口統計變項對產品涉入程度、知覺風險、資訊傳播之差異性。
3. 產品涉入程度、知覺風險與資訊傳播對購買意願之影響。
4. 提供臺中酒廠果醋產品之相關建議。

關鍵字：果醋、產品涉入、知覺風險、資訊傳播、購買意願

(空兩行)

(空兩行)

一、緒論

主標題：14P，粗體

(一) 研究背景動機

臺灣菸酒公賣局近年轉型為公司型態，除了原產酒類產品外，果醋是臺灣菸酒股份有限公司—臺中酒廠製造推出之健康飲品，首家標榜含有高含量的異麥芽寡糖。本研究探討消費者對於臺灣菸酒公司推出非酒類產品時，消費者的涉入程度是否影響購買意願，是為研究動機一。

(二) 研究目的及研究範圍

次標題：12P，粗體

利用抽樣方式，衡量臺中酒廠消費者對果醋之產品涉入程度，並探討其與知覺風險、資料傳播及購買意願的相關性及影響效果。

1. 瞭解消費者對果醋產品的涉入程度。
2. 消費者人口統計變項，對產品涉入程度、知覺風險、資訊傳播的差異性。

二、文獻回顧

(一) 產品涉入相關文獻

涉入(Involvement)概念，最早由 Sherif and Cantril(1947)兩位學者在其論文中所提出，涉入指知覺某事物、對個人重要性的程度，受刺激所引發的興趣(John, 1984)。

(二) 知覺風險相關文獻

風險概念自 1920 年在經濟學領域受到重視後，Cox(1967)則將知覺風險做更深的推論，提出知覺風險理論，假設消費者是目標導向的，即消費者每一次購買行為都有其購買目標。

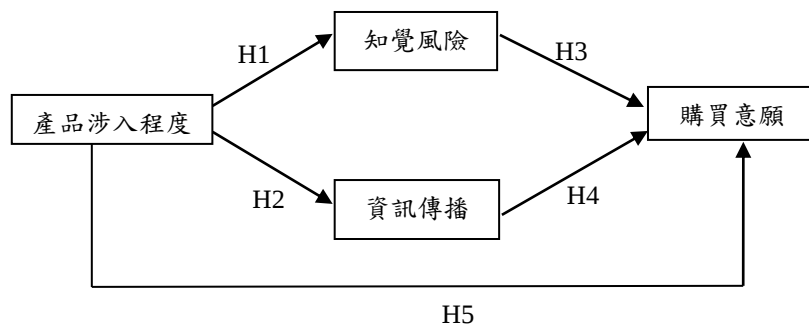
(空兩行)

(空兩行)

三、研究方法

(一) 研究架構及研究假設

依據研究目的與理論文獻推導，本研究的觀念性架構如圖一。



圖一 本研究觀念性架構圖

圖片：12P，下方需有標題
並標明圖一、圖二等序號

依據上述之文獻理論與架構提出以下之假設：

H1：產品涉入程度與知覺風險有顯著相關。

H2：產品涉入程度與資訊傳播有顯著相關。

H3：知覺風險與購買意願有顯著相關。

H4：資訊傳播與購買意願有顯著相關。

H5：產品涉入程度與購買意願有顯著相關。

四、實證分析

將統計分析分為三部分說明：第一、分析敘述性樣本結構基本資料及各變項。第二、以信度與效度分析產品涉入、知覺風險、資訊傳播變項之 Cronbach's α 值；使用 t 檢定及變異數分析，分別檢定消費者基本資料對各變項之差異性。第三，以相關與迴歸分析比較各變項間的相關性及影響效果。

(二) 信效度分析

本研究針對產品涉入、知覺風險、資訊傳播所做的信度 α 值均大於 0.7，如表二。故本研究問卷具高信度。由於本研究問卷發展題目設計是針對研究目的，引用過去多篇相關文獻研究實證，並參酌專家意見修改而成。因此，問卷內容可合適衡量本研究的目的具有內容效度。

表格：12P，上方需有標題
並標明表一、表二等序號

表二 本研究信度問卷表

研究變項	題數	信度值(α 值)
產品涉入程度	10	0.9409
知覺風險	13	0.7846
資訊傳播	9	0.9227

五、結論與建議

(一) 研究結論

根據實證分析結果，本研究至臺中酒廠購買果醋者其男性略多於女生，年齡則多為 41-50 歲族群，亦多為已婚者。

1. 基本資料與產品涉入、知覺風險、資訊傳播之差異分析顯示
 - (1) 人口統計變項對產品涉入達顯著差異。
 - (2) 人口統計變項對知覺風險達顯著差異部分。
 - (3) 人口統計變項對資訊傳播達顯著差異部分。

編號次序：

一、xxxxxxx
(一)xxxxxx
1.xxxxx
(1)xxxxx
i.xxxx
(i)xxxx

(二) 研究建議

在消費者對果醋產品涉入程度雖為平均數值上的涉入程度，但其對果醋產品的涉入程度，仍可再提升以增加購買意願，建議企劃明顯表達產品特色，設計可以讓消費者快速深植其心的廣告，以增加消費者對產品涉入程度及資訊傳播，進而增加購買意願之機率，亦可減少對購物時所感受之知覺風險。

參考文獻：
依中文、日文、英文、
網路資料順序排序

參考文獻

- 1.朱容增(2006)，知覺價格、產品資訊對機能性健康食品購買意願之影響-以健康概念為干擾變數，碩士論文，大同大學事業經營學系(所)。
- 2.詹琇蓉(2000)，產品涉入、消費者特性與情境對網路購物之知覺風險影響分析，碩士論文，國立成功大學企業管理學系。
- 3.蔡進發(2005)，有機米消費者行為之研究，《臺灣銀行季刊》，56（4），158-180。
- 4.Cox, D. F.(1967).*Risk Handling in Consumer Behavior: An Intensive Study of Two Cases*, in Donald F. Cox, *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*, Boston: Harvard University Press, 34-81.
- 5.Dowling, G. R. and R. Staelin. (1994). A model of perceived risk and intended risk-handling activity, *Journal of Consumer Research*, 21: 119-134.