

台北海洋科技大學
食品科技與行銷系碩士班

碩士論文

台灣食品 HALAL 認證對非回教徒消費者購買意願影響

HALAL Certification of Taiwan Food Affects
Purchase Willingness on Non-Muslim Consumers



研 究 生：梁超人

指導教授：李秋月博士

中 華 民 國 一 〇 八 年 六 月 二 十 二 日

摘 要

為了解台灣非回教徒對清真食品的消費意願、接受度和信賴度；同時希望了解台灣本土的清真食品認證的相關協會之認知。清真食品不再只是單純宗教問題，而是商業和貿易領域，而且是一個民生生活方式的改變、和品牌（Halal 認證）信賴度的問題。在今天「Halal」清真是一個質量保證和高品質的全世界符號，本研究調查進行了台灣穆斯林消費者調查 100 件（滾雪球抽樣）和非穆斯林（回教）教徒 300 件（隨機抽樣）。調查結果顯示，台灣穆斯林消費者的受訪者認為清真概念是清真食品 - 生產，製造，處理和儲存規則，為台灣的「Halal」清真認證的遵從基礎。此研究揭示了計畫行為理論的三個因素：態度（消費意識），主觀規範（接受度）和知覺行為控制（信賴度）；結果顯示台灣穆斯林消費受訪者認為清真食品是很重要的（得分在 4.7 以上），而台灣非回教徒受訪者對清真食品保持中立看法（得分 3.5 以上）。統計分析結果發現，清真食品的消費意識，接受度和信賴度在台灣的穆斯林與非穆斯林教徒的消費者之間有顯著差異。研究也發現，台灣剛開始在建立清真食品產業的幾個步驟，仍然缺乏方向，因此建立起標準的國家認證制度配合宗教信徒的嚴整性，將提高消費者對食品消費的信心與意願，進而提升國內食品的品質管控，促進食品產業的進步與成長。

關鍵字：「Halal」、清真食品，計劃行為理論，台灣穆斯林