第 29 卷第 3 期　　安 徽 建 筑 大 学 学 报　　Vol.29 No.3
2021 年 6 月　　Journal of Anhui Jianzhu University　　Jun.2021

DOI：10.11921/j.issn.2095-8382.20210317

基于计划行为理论的高星级酒店餐饮绿色环保措施调研分析

袁梦如，夏子琪，姜阳

（合肥学院　旅游与会展学院，安徽　合肥　230601）

摘　要：在国内酒店，特别是高星级酒店产品同质化现象日趋严重的背景下，餐饮绿色化管理成为酒店实现差异化竞争的重要手段之一。文章以计划行为理论为基础，重点探究消费者对餐饮绿色环保措施的“态度”，及其对“行为意向”产生的影响。研究结果显示，餐饮绿色环保措施可分为：绿色菜品、绿色环境、绿色设备、绿色制度和绿色物资五个纬度。其中，消费者认为“绿色菜品”和“绿色环境”是提升高星级酒店餐饮服务的重要方法和手段，并会对其行为意向产生显著影响。由于国内相关研究的缺乏，采用的内容和方法主要基于对国外文献的回顾，具有探索性质。期望研究结果能为国内绿色酒店的理论研究和绿色管理的实际应用提供一些基础的方法和理论依据。

关键词：酒店管理；高星级酒店；绿色环保措施；消费者态度；行为意向

中图分类号：F590.65　　**文献标识码：**A　　**文章编号：**2095-8382（2021）01-113-08

Catering Management of Upscale Hotels based on the Theory of Planned Behavior Investigation and Analysis of Green Practices

YUAN Mengru，XIA Ziqi，JIANG Yang

（School of Tourism and Events，Hefei University，Hefei　230601，China）

Abstract：Under the background of increasingly serious homogenization of upscale hotels，especially high star hotels，green catering management has become one of the important means for hotels to achieve differentiated competition. Based on the theory of planned behavior，this paper focuses on the "attitude" of consumers to the green environmental protection measures of catering and its impact on the "behavioral intention". The results show that the green environmental protection measures can be divided into five dimensions："green dishes"，"green environment"，"green equipment"，"green system" and "green materials".Among them，consumers think that "green food" and "green environment" are important methods and means to improve the catering service of high star hotels，and will have a significant impact on their behavior intention.Due to the lack of domestic related research，the content and method of this paper is mainly based on the review of foreign literature，which is exploratory.It is expected that the research results can provide some basic methods and theoretical basis for the theoretical research of domestic green hotel and the practical application of green management.

Key words：hotel management；the upscale hotel；green practices；the attitude of consumers；behavioral intention

收稿日期：2021-02-15

基金项目：安徽省教育厅人文社科重点项目（SK2019A0700）；合肥学院人才基金项目（16-17RC33）。

作者简介：袁梦如（1986-），女，硕士，实验师，研究方向：旅游消费者行为和旅游企业人力资源管理。
姜阳（1982-），男，博士，副教授，研究方向：绿色营销、服务营销。

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

2020 年 12 月，中央经济工作会议把“做好碳达峰、碳中和工作”定为2021年八大工作重点之一。在加快构建我国绿色低碳循环发展经济体系的过程中，酒店业应将环境保护和经济发展完美结合达到可持续发展。高星级酒店的绿色理念和制度建设比低星级的酒店要好[1]，与低星级酒店相比，在资金和资源上有更大的优势，但依然存在绿色环保理念未能贯彻实施的问题，究其原因，在于高星级酒店在对绿色经营投入时，既要考量实际产生环保效应，亦需评估是否能提升企业的经营利润[2]。酒店经营者不确定绿色环保措施的实施与消费者意愿是否匹配。所以，酒店的绿色环保措施应基于影响消费者购买决策的影响因素来制定，这样才能达到它的有效性。

酒店总收入的提高是基于所有部门收入的最优化，而不是仅仅依靠客房入住获得的。它主要产生于酒店提供的额外服务，且很多额外服务机会来源于餐饮部，除了普通的早餐、午餐和晚餐的服务之外，还有宴会部门为婚礼、大型会议或研讨会提供的宴会，以及酒店在餐厅之外如花园等提供的户外派对、大堂吧提供的酒水等都会为酒店带来盈利。餐饮部的营业收入占酒店总体收入的三分之一或更高，且它的营业收入相比客房来说弹性较大，可通过推出特色菜肴、稀有招牌菜、提高服务质量等策略来提高营业额[3]。疫情后，中国餐饮市场出现显著变化，人们对食物的卫生和安全需求逐渐超过了对味道和口感的需求。根据 2019《中国饭店协会》报道，社会餐饮抢占了大部分的市场份额。在这样的市场变化及竞争中，酒店餐饮的绿色创新可能成为赶超社会餐饮份额的关键因素。

目前国内对于酒店餐饮部门的研究较少，对其部门实行绿色环保措施的研究更是微乎其微，尤其是从消费者角度研究酒店餐饮部绿色环保措施。在中国知网（CNKI）里输入“酒店餐饮部绿色措施”进行检索并没有找到相关文章，输入“酒店绿色管理”也仅有 147 篇相关文章，且大多是研究整个酒店，并没有关于餐饮部，输入“绿色餐饮”检索到 124 条结果，基本是关于社会餐厅而不是关于就酒店餐饮部。可见，关于高星级酒店餐饮部的绿色环保措施相关研究相对不足。同时，消费者的购买决策是个复杂的过程，那么调查消费者对于酒店餐饮部各项绿色环保措施的态度就尤为重要，对酒店各项措施的实行有着重要的实践意义[4]。本文以计划行为理论（TPB）为基础，该理论的核心是研究人的态度如何影响其行为意向并决定其行为。该理论被广泛应用于关于消费者绿色行为的研究（包括绿色酒店产品 / 服务购买行为），并具有较强的解释能力。

1 理论基础

1.1 计划行为理论

计划行为理论（TPB）是在理性行为理论（TRA）的基础上发展起来的，TRA 核心概念是“意向”，指个人愿意付出努力执行某一具体行为的动机，主要受态度和主观规范（subjective norm）两大因素影响。虽然此理论为市场营销和消费者行为研究提供了理论依据，但由于其假设是建立在人是完全理性的基础之上的，并未包含非理性因素。因此，Ajzen[5] 对 TRA 进行了扩展，加入了感知行为控制（perceived behavior control）这一非理性概念，从而提出了 TPB。该理论之后被广泛应用于绿色酒店消费者行为意向的研究，国内外大量研究结果显示，TPB 中的三个因子对绿色酒店消费者的行为意向有较强的预测能力[6]。但是，由于目前对中国消费者的环保意识水平尚未明确，其对于绿色酒店和餐饮的整体认知水平也普遍较低，所以 TPB 理论中的变量并不一定适合当前的研究环境。例如，主观规范反映的是消费者在决定是否选择绿色餐饮时，来自于亲友或同事的社会压力；感知行为控制体现的是消费者对选择绿色餐饮这一行为难易程度的感知。显然，消费者对产品本身了解或体验的缺乏，都会加大对以上问题感知的难度，从而降低对其行为意向的预测效果。因此，本研究仅保留 TPB 中最核心的理论基础，即消费者对产品的态度将很大程度上影响其行为意向[7-8]。

1.2 绿色餐厅及绿色措施

国内相关绿色餐厅的研究不多，也没有具体的定义，国外研究者认为绿色餐厅是新的或翻新的建筑以环境友好和节能的方式设计，建造，操作并拆除[9]，且注重“减少、回收、再利用”这三个 R 和“能源与效率”这两个 E[10]。餐厅用那些有形的产品与建筑以及无形的服务去反映它的绿色化，对环境产

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

生影响。

绿色措施可以帮助餐厅减少经营成本,增加市场差异化以及保护环境[11]。但是,目前我国并没有明确的准则规定绿色餐厅的经营标准,美国一个非盈利组织 the Green Restaurant Association(GRA)列出了七个对于绿色餐厅的指标,即:有效利用和节约能源,水资源的节约和有效利用,循环利用和合成材料,购买可持续的、本地的、有机的食物,防止污染,使用无毒的化学产品,可持续的家具和建筑材料(仅适用于新建筑)。本文从国外相关研究中总结出了问卷中的相关措施,涉及顾客个人利益和酒店利益两方面,以此研究消费者对于酒店绿色餐厅相关措施的态度。

表 1　绿色餐厅各项管理措施

各项措施
1. 节水设施 Recycling water equipment
2. 生态种植园 Herb garden
3. 绿色屋顶 Green roof
4. 环保建筑材料 Environmentally friendly building materials
5. 回收使用旧装饰设备 Reuse of second-hand ornaments
6. 无毒清洁剂 Non-toxic cleaning supplies
7. 零臭氧排放电器 Zero ozone electrical equipment
8. 节能电器 Energy saving electrical equipment
9. 分类垃圾桶 Recycling bin
10. 堆肥剩余食物和有机垃圾 Leaving food and organic waste is composted
11. 员工绿色管理培训 Staff training of green management
12. 电子菜单 Electrical menu
13. 使用再生纸 Use sustainable paper
14. 当地食物 Local food
15. 当季食物 Seasonal food
16. 减少一次产品 Reduce the use of
17. 可再生资源利用 Use of renewable resources
18. 顾客环保奖励 Customer environmental award
19. 绿色菜单 Green menu
20. 绿色菜肴 Green dishes
21. 有机食品 Organic food
22. 适量备菜 Properly papered food
23. 无烟餐厅 Smoke-free restaurant
24. 再生木材 Sustainable wood

1.3　行为意向

行为意向被认为是预测消费者实际行为最主要的因素之一,它指准备好(readiness)或可能(likelihood)去做某事的意愿[12],应包含提供积极/消极建议(recommendation)的意愿、支付相对高价(premium)的意愿和再次购买(repurchase)或转换(switch)品牌的意愿[13],这是目前消费者行为意向研究中使用最为广泛的理论。而在绿色酒店研究背景下,顾客行为意向被定义为承诺参与绿色消费行为的可能性,具体表现为顾客愿意再次购买,并向身边的亲友推荐绿色酒店产品,同时还愿意支付相对较高的价格[14-16]。因为绿色餐饮在我国的普及率并不高,光顾绿色餐厅的人数较少,并且顾客对于绿色餐饮的知识储备和了解度也不高,所以对顾客的问卷问题为“我会去住这样的餐厅用餐并在去住这家酒店;我计划去住这样的餐厅用餐并去住这家酒店;我尽力去住这样的餐厅用餐并去住这家酒店”。

2　研究方法

2.1　问卷设计

本研究针对高星级酒店餐饮部的绿色环保措施展开调查,问卷最初是基于餐饮绿色措施相关的决策行为研究建立的。通过大量国外文献研究,整理出酒店餐饮部常用的绿色环保措施,再根据国内相关研究从中提取出符合我国国情的高星级酒店餐饮绿色管理措施的初始项目量表(表1,共24项)。然后,再基于探索性数据分析国内相关研究的结果,对餐饮绿色环保措施的潜在纬度进行区分和命名(图 1)。

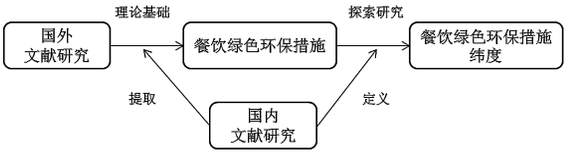

图 1　问卷主要部分设计思路

问卷分为四部分:第一部分介绍了什么是绿色餐饮;第二部分收集调查者的年龄、收入、教育水平和职业等基本信息,研究个人基本特征对消费者最终行为意向是否有影响;第三部分为高星级酒店的餐饮部绿色环保实行的相关措施,采用李克特五级量表,调查消费者对这些绿色措施重要程度的态度;第四部分的三小题同样采用李克特五级量表,调查关于消费者最终的光顾意愿。

2.2　数据收集

本文将相关措施制成问卷通过中文在线问卷调查平台—问卷星发放问卷,此平台拥有 260 万份的样本资源,同时设定了问卷样本质量控制,填写者和填写过程控制以保证样本的真实性和有效性。

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

调研历时一月，共收回 121 份问卷，其中 4 份问卷为无效问卷，其答案相同或固定模式；有效分析样本量 117 份，回收率为 96.7%，回收率较高。

2.3 样本分析

对于收集的样本数据，本文采用 SPSS 软件进行分析。首先，用因子分析法将具体措施划分维度，进而统计消费者对各维度的重要程度，再用方差分析研究人口特征的不同对于消费者行为意向的差异，最后再用回归分析法研究顾客对于绿色环保措施的不同是否会影响消费者的行为意向。

3 数据分析

3.1 样本特征分析

此次共调查 117 人，其中女性占比 63.2%，男性占比 36.8%，女性人数比男性要多。被访者大多数在 19 岁到 25 岁之间，占比 59.8%；26 到 35 岁，占比 16.2%；36 岁到 45 岁和 46 岁以上人数相同，占比 11.1%；18 岁以下人数较少，只占 1.7%。被访者本科学历人数最多，占比 64.1%；研究生及以上学历占比 16.2%；专科和初中及以下学历相同，占比 8.5%；高中学历占比 2.6%，人数最少。被访者中最多的是学生，占比 51.3%；其他职业占比 17.1%；普通职员占比 16.2%；公务员和高层管理者人数相同，占比 7.7%。被访者收入在 2 000 元及以下，占比 46.2%；2 001–8 000 元，占比 25.6%；8 001–15 000 元，占比 12.0%；20000 以上人数较少，占比 8.5%；人数最少的是收入在 15 001 到 20 000 之间，占比 7.7%。

3.2 因子分析

通过进行 4 次因子分析，剔除了 6 个措施之后的得到以下结果：

表 2 KMO 和 Bartlett 检验

KMO 度量	Bartlett 的球形度检验		
	近似卡方	df	Sig.
0.811	918.915	171	0.000

由表 2 可以看出 KMO 值为 0.811>0.5[17]，P 值为 0.000<0.05，所以说明本次论文研究所用的调查数据可以用因子分析法分析。通过大量国外文献对目前绿色餐厅所实施的各项环保措施进行梳理后（表 1），将绿色环保措施归类为：绿色物资、绿色环境、绿色制度、绿色设备和绿色菜品五个主要成分。通过因子分析删除 6 个措施后还剩下 19 个。

3.3 描述性统计分析

将 19 项绿色环保基本措施进行描述性统计分析，可以看出顾客认为各措施的重要程度。

表 3 探索性因子分析结果

项目	因子及载荷				
	绿色物资	绿色环境	绿色制度	绿色设备	绿色菜品
使用可循环建筑材料	0.706				
加强员工的绿色管理措施培训	0.666				
餐厅翻新循环使用一些旧家具	0.650				
设计雨水储存系统	0.579				
向顾客展示对应外购食物和原材料产品	0.567				
提供当地的食物	0.539				
餐厅使用节能灯泡		0.780			
餐厅菜品提前准备适量		0.730			
张贴无烟标志		0.667			
使用电子菜单		0.532			
菜品使用健康的烹饪方法			0.659		
使用无毒消毒剂			0.611		
组织员工参加社会环保公益事业			0.606		
建设自己的生态种植园			0.595		
使用清洁能源				0.757	
餐厅使用低水流系统用于卫生间，厨房等				0.734	
使用零臭氧，低频设备（如冰箱，消毒柜）				0.639	
菜单上的鱼，肉，蔬菜比例平衡					0.831
提供当季的食物					0.729

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

表 4　描述性统计分析结果

具体因素	重要程度	标准差	均值
绿色物资			3.763 5
使用可循环建筑材料	3.79	1.118	
加强员工的绿色管理措施培训	4.08	1.084	
餐厅翻新循环使用一些旧家具	3.79	1.118	
设计雨水储存系统	3.68	1.150	
向顾客展示对应外购食物和原材料产品	3.68	1.150	
提供当地的食物	3.72	1.144	
绿色环境			3.931 6
餐厅使用节能灯泡	3.90	1.094	
餐厅的菜品提前准备适量	4.00	0.965	
张贴无烟标志	3.98	1.210	
使用电子菜单	3.85	1.208	
绿色制度			3.820 5
菜品使用健康的烹饪方法	3.76	1.048	
使用无毒消毒剂	3.96	1.213	
组织员工参见社会环保公益事业	3.97	1.144	
建设自己的生态种植园	3.60	1.153	
绿色设备			3.871 8
使用清洁能源如电力	3.95	1.121	
餐厅使用低水流系统用于卫生间,厨房等	3.77	1.148	
使用零臭氧,低频设备(如冰箱,消毒柜)	3.90	1.062	
绿色菜品			3.965 8
菜单上的鱼,肉,蔬菜比例平衡	3.99	1.118	
提供当季的食物	3.94	1.085	

从表 4 可以看出顾客对与酒店餐饮部各项措施的态度,其重要程度从高到低的顺序是:绿色菜品 > 绿色环境 > 绿色设备 > 绿色制度 > 绿色物资。其中,顾客认为重要的具体措施是加强员工的绿色环保措施培训,提高员工执行度,在就餐过程中提醒顾客适当的点餐量等,达到了 4.08;其次是餐厅的菜品提前准备适量,减少酒店食物浪费,达到 4.00;然后是菜单上的鱼、肉、蔬菜比例平衡,其值为 3.99。而建设自己的生态种植园以保证食物自然生长,无化肥农药种植和设计雨水储存系统,用于冲洗厕所,提高水资源利用率与餐厅向顾客展示对应外购食物或原材料产品名重要程度较低。总之,顾客对于酒店餐饮部实行的各项措施的重要程度介于 “重要” 和 “非常重要” 之间, “一般” 的较少。

3.4　T 检验和方差分析

3.4.1　环保措施态度差异

运用 spss 软件,用方差分析研究人口特征的不同对于消费者行为意向的差异,为了检验消费者对于酒店管理各项措施重要性的认同程度,和顾客光顾酒店餐厅的行为意向在人口基本特征上是否存在差异,本研究用独立样本 T 检验将人口群体划分的男女两个群体进行研究,对于年龄、收入、学历和职业则用单因素方差法来分析。

表 5　性别差异表

变量	均值		F 值	sig
	男	女		
绿色物资	3.329 5	4.015 8	1.757	0.000
绿色环境	3.441 9	4.216 2	4.650	0.000
绿色制度	3.470 9	4.023 6	6.221	0.001
绿色设备	3.519 4	4.076 6	2.756	0.001
绿色菜品	3.593 0	4.182 4	10.982	0.001
行为意向	3.395 3	3.964 0	0.008	0.000

由表 5 可以看出这各维度的 p 值都小于 0.05,说明男性和女性对酒店餐厅的各项绿色环保措施重要程度认同度不同。对于各措施的均值来说,女性要比男性高。这可能与女性在日常生活中对于家务的关注度较高,对于垃圾分类、气候变化、环境质量等问题更为敏感。顾客光顾这种实行绿色环保的酒店均值都在 “一般”,但是女性的均值更接近于 “同意”,女性更愿意光顾这种餐厅,甚至会去住这样的酒店。

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

表 6 年龄、教育水平、职业、月收入差异

变量	年龄		教育水平		职业		月收入	
	F 值	sig	F 值	sig	F 值	sig	F 值	sig
绿色物资	3.741	0.007	4.675	0.002	5.948	0.000	2.793	0.030
绿色环境	3.931	0.005	4.553	0.002	5.744	0.000	2.423	0.052
绿色制度	2.685	0.035	2.847	0.027	2.827	0.028	3.947	0.005
绿色设备	5.883	0.000	1.221	0.306	2.538	0.044	2.259	0.067
绿色菜品	0.636	0.638	1.790	0.136	9.141	0.000	3.731	0.007
行为意向	2.185	0.075	2.846	0.027	0.928	0.451	1.919	0.112

由表 6 可以看出消费者年龄、教育水平、职业、月收入的不同对于酒店环保措施态度还是不同的，分别表现为：不同年龄的人对绿色设备和绿色制度较为关注，说明不同年龄的人对酒店餐厅采用一些节能减排的设备有不同的看法，这可能是因为不同年龄的人对于设备污染排放污染物和耗能量的了解程度不同；消费者教育水平的不同，对于绿色物资、绿色环境和绿色制度的态度不同，说明消费者教育水平的不同对于酒店餐厅内部的绿色环境，如二手烟的吸入，纸质菜单的浪费；酒店内部的绿色环保措施，如员工个人的环境保护意识，菜肴的烹饪方法等这些方面重视程度也不同；不同职业的人对于酒店各项绿色环保措施的重视程度不同，这可能与他们平时职业中接触到的绿色环保知识和环保措施不同有关；不同收入的人群对绿色环保措施的态度也有所不同，但收入对于光顾意向没有影响。

3.4.2 *行为意向差异*

由于教育水平不同，对消费者行为意向有影响，进一步分析不同学历间对光顾意向的差别。

表 7 不同教育水平行为意向差异

	初中	高中	专科	本科	研究生
初中		0.553	0.588	1.000	1.389
高中	−0.553**		0.035	0.447	0.836
专科	−0.588*	−0.035*		0.412	0.801
本科	−1.000*	−0.447*	−0.412**		0.389
研究生	−1.389*	−0.836*	−0.801*	−0.389*	

*p<0.05，**p<0.01

表 7 可以看出学历越高越愿意光顾绿色餐厅，这可能由于受教育程度越高，所接受的环保知识越多，越更注重从根源处的绿色环保，也更注重环保问题，才更愿意去这种酒店餐厅用餐。

综上所述，不同职业、收入和年龄的人对于各项措施的态度虽然不同，但是他们对于光顾这种酒店餐厅的意图却没有影响。从教育水平对行为意向的影响看来，这可能是由于影响他们光顾意愿的并不是价格因素，而是消费者的个人的环保知识和环保理念，所以对于高星级酒店来说餐厅实行绿色环保措施会对酒店吸引客源会有一定的帮助。同时也可以看出，绿色餐厅有较大的市场，也会为酒店其他部门带来盈利。

3.5 回归分析

本文将研究绿色环保措施的 5 个维度对于顾客行为意向的影响。

表 8 回归分析结果

模型	非标准化系数		标准系数	t	Sig.	共线性统计量	
	B	标准误差				容差	VIF
（常量）	0.467	0.366		1.278	0.204		
绿色物资	0.020	0.099	0.020	0.202	0.840	0.505	1.978
绿色环境	0.291	0.089	0.306	3.282	0.001	0.554	1.804
绿色制度	0.175	0.094	0.183	1.867	0.065	0.501	1.996
绿色设备	0.133	0.081	0.144	1.646	0.103	0.631	1.585
绿色菜品	0.177	0.069	0.211	2.573	0.011	0.718	1.393

a. 因变量：行为意向

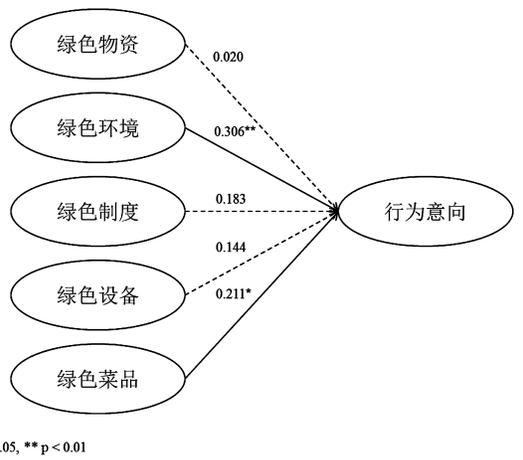

图 2 酒店餐饮绿色环保措施对的消费者行为意向影响

由表 8 及图 2 可以看出绿色环境和绿色菜品的 p 值小于 0.05，所以绿色环境和绿色菜品维度中的措施能够显著影响顾客行为意向，且系数 B 值为 0.291 和 0.177 大于 0，所以假设顾客对于酒店绿色措施重要性的认同度会影响顾客光顾酒店餐厅的行为意向成立。

4 结论与建议

4.1 研究结论

（1）消费者对酒店在餐饮中引入各项绿色措施给予充分肯定态度，认可其重要性和必需性。但消费者对不同措施之间重要程度有着自己的看法。

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

消费者认为酒店餐饮部门所有绿色措施中最重要是提供绿色的菜品,而认为最不重要的是餐厅采用绿色环保材料。说明消费者认为可以带来直接体验的绿色措施更为重要。而一些并不能给消费者带来直观感受的措施,即便其绿色效应也很明显,消费者也会更关注自身的体验。

(2)消费者的学历和性别对其进行绿色餐饮消费的意愿,都有一定的影响。其中,女性比男性更倾向于对绿色餐饮进行消费,而更高学历的顾客,对酒店的绿色餐饮有更高的消费意愿。另一方面,顾客的收入、职业、年龄的差异对于绿色餐饮的消费意愿没有显著的影响。

(3)本文通过回归分析,得到了对消费者绿色餐饮的消费意愿影响最明显的两项绿色措施:绿色菜品和绿色环境。也说明了消费者对绿色措施重要程度的看法,与他们最终的消费意愿基本是一致的。本文作为为数不多对消费者和绿色餐饮消费意向进行的实证研究,为日后酒店餐饮部门各项绿色措施投入方面的研究提供了理论依据。

4.2　实践建议

4.2.1　明确酒店绿色措施投入主要方向

酒店以盈利为目的,同时也要兼顾绿色环保。为达到两者间的动态平衡,需要明确绿色餐饮的投入方向,尤其对盈利能力一般的酒店更要考虑资源投入的准确性。根据本文分析结果,应当以提供绿色食材和改善酒店就餐环境为主要方向。这样的投资策略,既满足了酒店打造绿色餐饮品牌的需求,也能最大限度提升顾客消费意愿,进而提高酒店利润。

4.2.2　加大绿色措施宣传力度

顾客就餐时品尝到的绿色食材,以及享用美食时的绿色环境,可以给消费者带来绿色餐饮的美好体验。但是酒店其他方面的环保投入,则很容易被顾客忽略。而这些投入,也能提升具有环保意识的消费者对于酒店的消费意愿。故对于绿色制度、绿色物资等消费者无法直接接触或了解的措施,酒店方应该加大宣传力度,让消费者充分了解酒店在绿色环保方向上付出的努力,提升酒店差异化竞争优势。

4.2.3　不同消费群体

不同学历或性别的顾客对于绿色餐饮的消费意愿是不同的,酒店可以因人施策。比如对于更具有环保意识的高学历人群,在推荐菜品时,主打营养比例更为合理或使用有机食材制作的菜品;对于绿色环境更敏感的女性顾客,应积极主动向其提示餐厅无烟区的位置,介绍酒店餐厅使用的环保材料,展示外购的原材料等。对不同个体采用独特的营销模式,可极大增加消费者的消费黏性。

4.2.4　加强员工环保意识

员工作为绿色设备和物资的直接使用者,绿色菜品和环境的宣传者,绿色制度的执行者,必须要对员工的环保意识水平进行系统的培训,并在日常工作中营造全员环保的良好氛围。员工环保意识的提高,会促进其对酒店实施绿色餐饮的认同,优化酒店各项环保措施的履行。员工对环境问题重要性的认知水平不足,不仅会造成酒店环保措施的实际效果大打折扣,还将进一步导致消费者行为意愿的下降。所以绿色餐饮酒店需建立员工定期培训机制,并出台相应的奖惩制度,把员工环保意识的培养作为日常工作来抓,最终实现员工的环保意识和酒店的绿色措施互相促进,相得益彰的局面。

参考文献:

[1] 陈校婷,肖霞.基于循环经济角度的长沙市高星级酒店企业绿色管理研究[J].广西质量监督导报,2018(12):51-53.

[2] 李玲.整合生态价值观与计划行为理论预测顾客绿色饭店消费意向[J].生态经济,2016,32(7):153-157.

[3] 许静.论酒店餐饮的发展[J].现代商业,2013(15):26-27.

[4] Hu H H,Parsa H G,Self J.The dynamics of green restaurant patronage[J].Cornell Hospitality Quarterly,2010,51(3):344-362.

[5] Ajzen I.From intentions to actions:A theory of planned behavior[M].Action Control.Berlin,Heidelberg:Springer Berlin Heidelberg,1985:11-39.

[6] 谢婷.顾客选择入住绿色饭店的行为意向研究——基于计划行为理论角度[J].旅游学刊,2016,31(6):94-103.

[7] Han H,Kim Y.An investigation of green hotel customers' decision formation:Developing an extended model of the theory of planned behavior[J].International Journal of Hospitality Management,2010,29(4):659-668.

(下转第 126 页)

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

[11] 贺赫,陈进 . 中国植物园游客游览动机及满意度调查 [J]. 生物多样性,2011,19(5):589–596.
[12] McCormack G R,Rock M,Toohey A M,et al.Characteristics of urban Parks associated with park use and physical activity:a review of qualitative research[J]. Health & Place,2010,16(4):712–726.
[13] Milman A.Evaluating the guest experience at theme Parks: an empirical investigation of key attributes[J].International Journal of Tourism Research,2009,11(4):373–387.
[14] Librett J,Henderson K,Godbey G,et al.An introduction to Parks,recreation,and public health: collaborative frameworks for promoting physical activity[J].Journal of Physical Activity & Health,2007,4(Suppl 1): S1–S13.
[15] 傅孙萍 . 城市化进程中的泉州城市公园人文化建设 [J]. 泉州师范学院学报,2006,24(4):79–83.
[16] 邹利林 . 生活便利性视角下城市不同功能区居住适宜性评价——以泉州市中心城区为例 [J]. 经济地理,2016,36(5):85–91.
[17] Avolio M L,Pataki D E,Trammell T L E,et al.Biodiverse cities:the nursery industry,homeowners,and neighborhood differences drive urban tree composition[J].Ecological Monographs,2018,88(2):259–276.
[18] 林志浩 . 杭州公园绿地人群对植物景观偏好研究 [D]. 杭州:浙江农林大学,2020.
[19] 黄敏凤 . 基于安全感的城市公园空间环境评价及设计研究 [D]. 福州:福建农林大学,2017.
[20] 王雅云,王玫,吴楠 . 闽南传统民居元素在村镇公共空间改造的重构设计 [J]. 吉林建筑大学学报,2019,36(2):67–72.
[21] 李良,罗寒跃,姜斌 . 提升安全感的大学校园景观研究及规划设计策略探析 [J]. 风景园林,2018,25(7):42–46.

(上接第 119 页)

[8] Hill R J,Fishbein M,Ajzen I.Belief,attitude,intention and behavior:an introduction to theory and research[J]. Contemporary Sociology,1977,6(2):244.
[9] LORENZINI,B.The green restaurant,part II:systemsand service[J],Restaurant & Institutions,1994,Vol.104 No.11, pp.119–136.
[10] GILG,A.,Barr,S.and Ford,N.Green consumption or sustainable lifestyles? Identifying the sustainable consumer [J],Futures,2005,Vol.37,No.6,pp.481–504.
[11] Lee J S,Hsu L T J,Han H,et al.Understanding how consumers view green hotels:how a hotel's green image can influence behavioural intentions[J].Journal of Sustainable Tourism,2010,18(7):901–914.
[12] Ajzen I.The theory of planned behavior[J].Organizational Behavior and Human Decision Processes,1991,50(2): 179–211.
[13] Zeithaml V A,Berry L L,Parasuraman A.The behavioral consequences of service quality[J].Journal of Marketing, 1996,60(2):31.
[14] Han H,Hsu L T J,Lee J S,et al.Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics,and eco–friendly intentions[J].International Journal of Hospitality Management,2011,30(2):345–355.
[15] Han H,Hsu L T,Sheu C.Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities[J].Tourism Management,2010,31(3):325–334.
[16] Lee J S,Hsu L T J,Han H,et al.Understanding how consumers view green hotels:how a hotel's green image can influence behavioural intentions[J].Journal of Sustainable Tourism,2010,18(7):901–914.
[17] Hair,J.,Black,W.,Babin,B.,Anderson,R. & Tatham,R. Multivariate data analysis(6th ed.).Upper Saddle River, New Jersey,United States of America:Person,Prentice–Hall,2006.

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net