

A Study of Relationship Between Consumer ' s Environmental Attitude and Green Consumption Behavior--- Green Furniture Pro

吳志南、杜瑞澤

E-mail: 9222785@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

ABSTRACT Following the trend, many developed countries positive to advocate environmental. For reaching sustainable and green design, every government all advocates industrial to improve environment and protect pollution. However the environmental attitude and green purchasing behavior of human already control all environment problems. If we can combine environmental attitude, " green purchasing " behavior and furniture design successful , it becomes very important. " Green designers " not only care about product designing or manufacture problems but also considering about all environment relation to environmental attitude and purchasing behavior. How to apply environmental attitude and built green products purchasing behavior and confer green design stratagem applying on products? This study emphasis that using green design stratagems which domestic furniture business applying to develop design process. The purpose wants furniture business to become better. This study uses environmental attitude and purchasing behavior point. Using furniture visitors to be questionnaire answered. This study apply questionnaire analysis finding consumers deciding factors when they purchase furniture. Then this study will analyze all design green furniture factors and application SPSS statistics software and Cluster Analysis. The result shows designing green furniture considering order: durable、non-poison、aesthetic form、material and price. KEY WORDS :ENVIRONMENTAL ATTITUDE、GREEN DESIGN、PURCHASING BEHAVIOR、FURNITURE

Keywords : ENVIRONMENTAL ATTITUDE ; GREEN DESIGN ; COMSUMPTION BEHAVIOR

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書	iii 中文摘要
v 英文摘要	vi 誌謝
vii 目錄	viii 圖目錄
xi 表目錄	xii 第一章 緒論 第一節 研究背景與動
機-----1 第二節 研究目的-----3	第三節 研究重要性-----4 第
四節 研究問題與假設-----6	第五節 研究範圍與限制-----7 第六節 名詞解
釋-----8 第七節 研究流程-----8	第二章 文獻探討 第一節 環保態
度-----10 第二節 綠色消費-----16	第三節 家具消費需求分
析-----23 第四節 產品綠色的設計通則-----30	第五節 文獻綜合總
論-----33 第三章 研究方法-----36	第一節 研究理論架
構-----36 第二節 研究對象 -----38	第三節 研究工具-----38
第四節 研究步驟-----40	第五節 研究資料分析與方法-----42 第四章 分析與結果
分析 44 第一節 基本資料分析	45 第二節 環保態度與行為之因素
51 第三節 環保態度與行為集群分析	59 第四節 家具使用需求分析
62 第五節 研究資料分析結論	79 第五章 結論與建議
83 第一節 結論	83 第二節 綠色家具應用範例
87 第	87 第
三節 研究心得與建議	89 參考文獻
92 附錄一	92 附錄一
研究問卷	100 附錄二 設計發展
	104

REFERENCES

中文部份 1. 方弘文(2000), 高科技產業知識創造與產品創新之研究, 碩士論文, 中央大學人力資源管理所。 2. 王怡勝(2000), 創意解題法 (CPS) 於產品設計之研究, 碩士論文, 成功大學工業設計研究所 3. 行政院環境保護(2000), 行政院衛生署八十八年委託研究計畫, 行政院環境保護統計月報6月p138。 4. 李德威(1997), 綠色消費時代的來臨, 環耕9pp76-78。 5. 李慶堯(1989), 台中市木製家具購買者行為之研究, 國立台灣大學森林學研究所, 碩士論文。 6. 車參賢、葉國樑(1996), 台北市國中學生資源回收的知識、態度、行為相關研究, 學校衛生, 29, pp62-71。 7. 周月英 (1992), 權利與義務齊飛, 廣告雜誌, 第13期, pp67-74 8. 林新沛 (1997年), 環境倫理觀與一

般後果意識對政策態度及政治行為的作用，第二屆國際華人心理學家學術研討會。9. 林新沛、蔡英媛(1997)，環境觀念與環境行為，應用心理學報，第六輯，pp1-22。10. 林靜儀(1992)，品牌國、生產地與廣告對大學生產品態度的影響，國立政治大學國際貿易研究所，碩士論文。11. 范振德(1990)，人造紋理化妝單板之研究，國立中興大學森林研究所，碩士論文。12. 張隆盛(1996)，開創二十一世紀新脈動-鼓勵綠色消費，環境教育季刊，33，pp2-6。13. 莊元薰(1999)，產品設計造型美感表現策略之研究-以金屬家具設計為應用實例，國立臺灣師範大學設計研究所，碩士論文。14. 許忠文(1998)，後現代風格的視覺形式於家具創作應用之研究，國立臺灣師範大學美術研究所，碩士論文。15. 陳怡嫻(1998)，從公寓式住宅探討國人生活空間的模式，中原大學室內設計學系研究所，碩士論文。16. 陳瑞典(1992)，資訊工業研究發展部門人員產品創新因素探討，輔仁大學管研所，碩士論文。17. 彭元志(1998)，臺灣居家Long-life產品意象評價與生活型態之研究，國立雲林科技大學工業設計技術研究所，碩士論文。18. 彭凌峰(1999)，環境不確定性、創新類型與創新專案關鍵成功因素之分析，中央大學企業管理研究所，碩士論文。19. 曾盛琳(1990)，創造思考、認知型態與產品設計能力的關係，成功大學工管所，碩士論文。20. 黃佑安(1997)，企業創新能力對新產品研發過程影響之研究，政治大學企管研究所，碩士論文。21. 黃博聲(1998)，知識管理與創新之關係研究，政治大學企業管理研究所，碩士論文。22. 黃識銘(1998)，生活型態、消費態度與消費行為之關聯性研究，元智大學管理研究所碩士論文。23. 黃齡儀(2000)，國小學童綠色消費行為及媒體使用習慣之調查研究，行政院國家科學委員會八十九年度大專學生參加專題研究計畫。24. 董曉眉(1998)，台北市家具消費者購買行為之研究，國立台灣大學森林學研究所，碩士論文。25. 詹益臨、陳王昆(1998):校園資源回收教育及其心理動力分析個案研究。中華民國八十七年度環境教育研討會論文集。26. 雷時雨(1997)，生活型態與產品定位的研究-以雙人床家具為例，大葉大學工業設計研究所，碩士論文。27. 劉潔心(2000)，運用健康訊息傳播及社會行銷策略促進社區居民綠色消費行為之媒體發展及介入研究。28. 蔡仁祥(1998)，《產品系列化設計之策略研究》，國立臺灣科技大學工業技術所設計學程，碩士論文。29. 鄭兆龍(2000)，消費價值與設計風格偏好性之研究-以家具為例大葉大學設計研究所，碩士論文。30. 黎世乾(1996)，生活型態與使用情境研究應用於盥洗設備產品開發，大葉大學工業設計研究所碩士論文。31. 賴建興(1996)，台灣木製家具產業競爭策略之研究，國立臺灣大學植物學系研究所，碩士論文。32. 魏道駿(1992)，台北市家具消費者購買行為之研究，國立台灣大學森林學系研究所，碩士論文。33. 謝文綺(2002)，綠色消費環保，社教雜誌282期pp13-16。34. 宋偉航譯(1995)，綠色管理手冊，天下文化。35. 宋偉航譯(1992)，綠色企劃，天下文化，John, Davis 著。36. 彭美鈴(1999)，社區活動對居民環境態度之影響，逢甲大學，碩士論文。37. 趙居蓮譯(1995)，社會心理學，台北，桂冠。38. 王閔威(1995)，綠色廣告下的大專學生環保產品購買行為之研究，國立交通大學管理科學研究所，碩士論文。39. 劉俊昌、黃詩雅、劉彥昭(2000)，某大學學生課外活動概況及其環保社團參與意願之研究，台中師院環境教育研究所。40. 吳鵬兆(2000)，偏遠與都市地區高級中學學生環境行為影響因素之研究，國立臺灣師範大學環境教育研究所，碩士論文。41. 于寧、賴明伸(2000)，綠色消費運動之緣起、現況及未來，環境工程會刊9月pp6-15。42. 于寧、賴明伸(2001)，全球各國政府綠色採購運動之發展現況與展望，企業因應貿易、環保與綠色採購國際趨勢研討會論文集，中華民國企業永續發展協會，臺北市。43. 李佳容、劉潔心(2001)，運用網際網路促進國小高年級學生綠色消費行為之介入研究，公共衛生9月pp217-228。44. 陳義興(2001)，不同環保態度的消費者對綠色行銷的反應，國立交通大學管理科學研究所，碩士論文。45. 陳麗淑(1996)，運用互動式平面媒體促進國小學童家長資源回收行為之介入研究，衛生教育研究所碩士論文。46. 吳再益(2000)，環保政策與傳統產業發展策略，台灣綜合研究院。47. 杜瑞澤、張孟哲(2002)，綠色商品成功化的要素，2001設計學會研討會。48. 張上鎮(1987)，消費者選購家具之傾向現代家具工業雜誌第29期pp4-5。49. 蘇千芳(2000)，台北地區大學生購買家具潛在意向之研究國立臺灣大學，森林學研究所，碩士論文。50. 張錫鈞(2000)，消費者行為理論模式之應用--以宜蘭地區家具消費者購買行為為例，宜蘭技術學報，第5期pp45-67。51. 陳振甫(2000)，綠色設計中組裝與拆解技術之探討，工業設計，頁70-75。52. 陳啟雄(2000)，消費行為與木製家具造形設計之研究 臺灣茶藝品茗家具木工家具雜誌。53. 陳載永(2000)，建立木質廢料回收系統與管理制度及再利用之研究，木工家具雜誌。54. 經濟部工業局(2001)，「綠色生產力觀念介紹」，台灣環境管理協會，臺北市。55. 李秀敏譯(1995)，感覺行銷，中國生產力出版 p98。譯自藤敬(1992)。56. 杜瑞澤(2001)，「電子及電機綠色設計案例分析」，綠色電子資訊季刊第三期，台灣電子檢驗中心，桃園縣。57. 杜瑞澤、陳振甫(1998)，綠色生命週期設計中產品回收再生特性之永續性評估模式研究，設計學報pp23-41。58. 邱伸彥(2000)，「環境化設計與ISO 技術報告」，環境管理報導第十九期，台灣環境管理協會，臺北市。59. 經濟部工業局(1995)，「綠色設計」，中華民國對外貿易發展協會，臺北市。60. 中華民國對外貿易發展協會(1996)，綠色設計參考手冊-家具產品。英文部份。61. Gillian S., Werner, C.M., Olson, L., & Adams, D. (1996). Teaching the Concept of Precycling: A Campaign and Evaluation. Journal of Environmental Education, 28(1), 11-18. 62. Fishbein, M., and Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading, MA: Addison-Wesley. 63. Thomas & Znaniecki (1918). Polish peasant in Europe and America, 1, 22. 64. David O. Sears and Johnathan L. Freedman and L. Anne Pepla 《Social Psychology》，五南圖書出版，P227。65. Stapp, W.B., & Polumin, N. (1991). Global environmental education: Towards a way of thinking and acting. Environmental Conservation, 18 (1), 13-18. 66. Peattie, K. (1992), Green Marketing, Pitman Publishing, London, 1992. 67. Elkington, J & Hailes, (1993), The Green Consumer, Viking Penguin, U.S.A. Inc. 68. Larry Keeley (1992), Tailoring: A Design Strategy for the 1990s, American Center for Design Journal, Vol. 6, NO. 1, pp. 74. 69. Rheinfrank J.J., (1985), The NCR Corporate Industrial Design Strategy: Designing a Design Language, Innovation, pp. 28-31. 70. Rachel Carson (1962), (Silent Spring) 71. Thomas & Znaniecki (1918) Fishbein & Ajzen 72. Beitz, W. (1993), "Designing for Ease of Recycling", Journal of Engineering Design, Vol. 4, No. 1, Carfax Pub. Co., Abingdon, England. 73. Lutz, Bernd: Metzler-Autoren-Lexikon: deutschsprachige Dichter und Schriftsteller vom Mittelalter bis zur Gegenwart. Stuttgart: Metzler, 1994. 74. Lutz, Richard J., Scott B Mackenzie and George E. Belch, "Attitude Toward the Ad. As a Mediator of Advertising Effectiveness: Determinants and Consequences", Advance in Consumer Research, Vol. 10, pp. 532-539. 75. Mark G., 1995, Introduction: Analyst version, PRe Consultants, pp. 17-20.