

# 自願簡單消費意識與綠色消費行為之關聯研究 - 以美體小舖可能消費者為例

阮素娥、沈介文；高立箴

E-mail: 9315903@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

面對環保意識的逐步提昇，人類已經開始了解自身活動對地球的衝擊，而自願簡單的出現則顯示了消費者價值觀的移轉，這種消費者意識的覺醒與擴張帶到日常的消費模式當中，是否能與綠色消費的觀念結合，以維護生態的平衡與永續值得我們進一步探討。本研究以美體小舖可能消費者為對象，採用因素分析、典型相關分析、集群分析及變異數分析，檢測自願簡單消費及綠色消費二構面因素之關係，並探討不同的人口統計變項對不同的自願簡單消費集群與綠色消費行為集群間之差異性。研究結果發現如下：(1)自願簡單消費意識與綠色消費行為具有正相關，且自願簡單消費意識的組成因子中，主要是透過「人際分享」變項影響「綠色選購」的綠色消費行為。(2)自願簡單消費者集群分類現況，依其認同自願簡單消費意識之程度可以分「高自願簡單消費群」、「中自願簡單消費群」與「低自願簡單消費群」，而就研究發現而言，而高自願簡單消費意識者，具有收入高且年齡較長的特徵。(3)依消費者所重視之綠色消費行為要素將消費者分為「忠誠綠色消費群」、「綠色消費疏離群」、「勉強參與綠色消費群」與「選擇性綠色消費群」。研究發現，有家庭的之消費者較未婚者具有較多的綠色消費行為，其可能原因為有家庭之消費者，其判斷能力較為成熟，也較能感受到社會責任的分擔之重要性。

關鍵詞：自願簡單；自願簡單消費；綠色消費

## 目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv
.....iv 英文摘要.....		v 誌謝.....	
.....vi 目錄.....		vii 圖目錄.....	
.....ix 表目錄.....		x	
第一章 緒論 1 第一節 研究背景與動機 1 第二節 研究目的 3 第三節 研究程序 3 第二章 文獻探討 5 第一節 自願簡單消費 相關文獻 5 第二節 綠色消費相關文獻 23 第三節 自願簡單相關相關實證研究 31 第三章 研究方法 34 第一節 研究架構 34 第二節 研究假設 35 第三節 變數的操作型定義及衡量 35 第四節 研究對象與抽樣設計 48 第五節 問卷設計與預試分析 49 第 六節 資料分析方法 54 第四章 實證分析結果 56 第一節 樣本特徵及描述 57 第二節 信度分析與因素分析 58 第三節 典型相關 分析 61 第四節 集群分析 63 第五節 人口統計變項與消費者集群間之比較結果 68 第五章 結論與建議 85 第一節 研究結論 85 第二節 管理意涵 87 第三節 研究限制與建議 88 附錄一 98 附錄二 103			

## 參考文獻

1. 王志剛、謝文雀譯（1995），James F.Engel, Roger D.Blackwell and Paul W.Miniard原著，消費者行為，臺北:華泰書局。
2. 王懋雯（1997），師範學院學生環境行為影響因素之研究 - 以台北市立師範學院學生為例。國立台灣師範大學衛生教育研究所博士論文。
3. 石文新譯(1999), Jacquelyn A. Ottman 著，綠色行銷:企業創新的契機，台北市:商業周刊出版；城邦文化發行。
4. 呂正成（1994），綠色消費者之消費行為研究 - 以主婦聯盟會員為例。國立台灣大學商學研究所碩士論文。
5. 何穎怡譯（2000），神聖的平衡 - 重尋人類的自然定位。台北市:商業周刊出版社。
6. 李佳蓉（2001），運用網際網路促進國小高年級學生綠色消費行為。國立台灣師範大學衛生教育研究所碩士論文。
7. 李淑清（2002），家庭因素對家庭綠色消費傾向影響之研究 - 以鳳山市家計單位為對象。私立義守大學管理科學研究所碩士論文。
8. 吳統雄(1985)，態度與行為研究的信度與效度:理論、應用、反省，民意學術專刊，夏季號。
9. 柯惠珍（1998），台北市國中學生家中資源回收行為意圖及相關因素研究。國立台灣師範大學衛生教育研究所碩士論文。
10. 車參賢（1995）台北市國中學生對資源回收的知識、態度、行為相關研究。國立台灣師範大學衛生教育研究所碩士論文。
11. 柴松林(1996)，從環境主義到綠色消費，消費者保護研究:第一屆中華民國消費者月特刊第二輯:p87-96。
12. 柴松林（2001）。綠色消費主義。環保標準簡訊，25，4-5。
13. 郭貞(1996)，中國大陸都會區青少年消費行為初探，廣告學研究，第七集:p1-30。
14. 葉國樑(1996a)，鹿谷地區國中學生紙張回收行為意圖之研究，衛生教育論文集刊，9，81-95。
15. 葉國樑(1996b):台北市國中學生垃圾分類行為意圖之研究。衛生教育雜誌，16，1-19。
16. 葉佳宜(2002)，大型購物中心之區位與消費者生活型態對消費行為之影響研究，國立交通大學管理科學系碩士論文。
17. 蔡佳伶(1994)，師範學院學生紙張回收行為意圖之研究。國立師範大學環境教育研究所碩士論文。
18. 晏涵文、劉潔心、陳富莉(1991)，台灣地區高級職業學校環境現況調查研究 - 學生之環境知識、態度、行為意向及需求調查。行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告。
19. 劉潔心（2001），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。行政院衛生署八十八年委託研究計

畫。20. 劉潔心、晏涵文、劉貴雲、邱詩揚、李佳容 (2000)。社區居民綠色消費行為及相關之訊息傳播調查研究。衛生教育學報, 13, 189-210。21. 黃俊英(1996), 行銷研究 管理與技術, 第五版, 台北:華泰書局, 民國85年9月。22. 黃俊英 (1999), 綠色行銷:環保熱潮下的行銷對策, 動腦雜誌, 第281期, pp36-40。23. 黃惠君(2002), 青少年社會福利意識之探討:家庭生活背景與消費文化意識的影響, 國立中正大學社會福利系碩士論文。24. 羅博銘(2003), 大學生對綠色消費品之消費行為之研究 - 以雲嘉地區為例, 南華大學環境管理研究所。25. 蕭廣中(1994), 綠色商品購買行為研究, 國立台灣大學國際企業研究所碩士論文, pp.1-2。26. 黎建球(1997), 簡樸生活的倫理原則, 《簡樸思想與環保哲學》, 沈清松主編並序。台北:立緒文化事業有限公司, 頁255-235。27. 盛慶?(1997), 從價值和效用觀點談簡樸生活, 《簡樸思想與環保哲學》, 沈清松主編並序。台北:立緒文化事業有限公司, 頁164-178。28. 鄭陸霖(2002), 消費作為一種公民實踐, 勞動電子報, Aug. 24, 2003, from [http://www.labor\\_ngo.org.tw/weekly/c221221.htm](http://www.labor_ngo.org.tw/weekly/c221221.htm) 29. Andrews, C. (1997). The Circle of Simplicity. New York, NY: HarperCollins Publishers, Inc. 30. Arcury, T.A. & E.H.Christianson (1993). Rural-Urban Difference in Environmental Knowledge and Action .The Journal of Environmental Education,25 ( 1 ),19-25. 31. Babin, Barry J., William R. Darden and Mitch Griffin(1994), " Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value, " Journal of Consumer Research, 20(March), 644-656. 32. Balderjahn, L. (1988). Personality Variables and Environmental Attitudes as Predictors of Ecologically Responsible Consumption Pattern. Journal of Business Research, 17, 51-56. 33. Banerjee, B. and Mckeage, K. (1994). How Green is My Value: Exploring the Relationship Between Environmentalism and Materialism. Advances in Consumer Research, 1(21), 147-152. 34. Borden,R.J.& Schettino, A. ( 1979 ) . Determinants of environmentally responsible behavior. The Journal of Environmental Education, 8 ( 3 ) ,26-31. 35. Coddington, W. (1993). Environmental Marketing Positive Strategies for Reaching the Green Consumer, Mc-GrawHill. 36. Darden,Williams R., Babin, Barry J., Griffin, Mitch, & Coulter, Ronald, (1994), " Investigation of Products Liability Attitudes and Options: A Consumer Perspective, " The Journal of Consumer Affairs, 28(1), pp.54-81. 37. Derksen,L.,&Gartrell,J. ( 1993 ) .The Social context of recycling.American Sociological Review,58,434-442. 38. Dhar, Ravi and Klaus Werthenbroch (2000), " Consumer Choice Between Hedonic and Utilitarian Goods, " Journal of Marketing Research, Vol. 37 (1), pp. 60-71. 39. Elkington, J & Hailes, (1993),The Green Consumer,Viking Penguin,U.S.A.Inc. 40. Elkington, J. &Hailes, " The Green Consumer " , Viking Penguin,USA. Inc., 1993. 41. Elgin, D. ([1981]1993). Voluntary Simplicity: toward a way of life that is outwardly simple, inwardly rich. NY: William Morrow. 42. Elgin, D. & A. Mitchell (1977). Voluntary Simplicity. The CoEvolution Quarterly, Summer, 4-18. 43. Etzioni, A. (1998). Voluntary simplicity: Characterization, select psychological implications, and societal consequences. Journal of Economic Psychology, 19, 619-43. 44. Engel,J.F., Blackwell,R.D., & Kollat,D.T. ( 1987 ) . Consumer Behavior ( 3rd ed. ) .Hinsdale:The Dryden Press. 45. Ensley, E. (1983). Voluntary Simplicity: A Segment of Concern to Marketer? AMA Proceedings, p385-389. 46. Featherstone, M. (1991). Consumer Culture and Postmodernism. London: Sage. 47. Fortune(1989). Is Greed Dead? Fortune, 14 August 48. Frankel , S. ( 1992 ) , Blueprint for Green Marketing , American Demographics. 49. Goldberg, C. (1995, Sept. 21). Choosing the Joys of a Simplified Life, The New York Times, C1. 50. Gregg, R. B. (1936). The Value of Voluntary Simplicity, Pendle Hill Essays, Number Three. Wallingford, PA: Pendle Hill. 51. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). Multivariate data analysis (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall. 52. Iwata, O.(1997). Attitudinal and behavioral correlates of voluntary simplicity lifestyles. Social Behavior & Personality, 25(3), 223-240. 53. Iwata, O.(1998). Perceptual and behavioral correlates of voluntary simplicity lifestyles. Social Behavior & Personality, 27(4), 397-386. 54. Ivy, M.(1988). Tradition and Difference in the Japanese Mass Media, Public Culture, No. 1:1 pp.21-29. 55. Johnston, C. & B. Burton. Voluntary Simplicity: Popular Definitions and Major Themes. Academy of Marketing Studies Journal, Apr. 19, 2002. 56. Kassarian, H. H. (1971). Incorporating Ecology Into Marketing Strategy:The Case of Air Pollution. Journal of Marketing, 35, July,1971, 61-65. 57. Kinnear, T. C., Taylor, J. C. and Ahmed, S. A. (1974). Ecologically Concerned Consumers: Who Are They?. Journal of Marketing, 38, 20-24. 58. Kotler, P., Marketing Management : Analysis, Planning,Implementation and Control, 9th ed., Prentice-Hall Inc.,1998. 59. Lai, Albert Wenben,(1995), "Consumer Values, Product Benefits and Customer Value: A Consumption Behavior, "Advances in Consumer Research, Vol.22, pp.381-388 60. Lansana, F.M. (1992). Distinguishing Potential Recyclers from Noncyclers: A Basis for Developing Recycling Strategies. Journal of Environmental Education, 23(2), 16-23. 61. Ladd, A. E. (1990). The solid waste crisis and support for recycling: A research note. Sociological Spectrum, 10, 469-484. 62. Leonard-Barton, D. (1981). Voluntary Simplicity Lifestyles and Energy Conservation, Journal of Consumer Research, 8 (December), 243-252. 63. Mazza, P.(1997).Keeping it simple. Reflection, vol.36, pp.10-12. 64. Mills, C. W.(1992), The theory of the leisure class/Thorstein Veblen; C. Wright Mills; with an introduction by C. Wright Mills, New Brunswick and London. 60-66 65. Mitchell, A.(1983). Nine American lifestyles. New York: Macmillan. 66. Morris B. Holbrook(1996), " Typology of Customer Value, " in Advances in Consumer Research, Vol 23, 139. 67. Nicosia, M., " Consumer Decision Process, " Marketing and Advertising Implication, 1968, Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, NJ. 68. Peattie , K. ( 1992 ) , Green Marketing , Pitman Publishing , London , 1992。 69. Pearce, D., E. Barbier, and A. Markandya. 1990. Sustainable Development-Economics and Environment in the Third World . England:Edward Elgar Publishing Limited 70. Richins, M.L. & Dawson, S.(1992). A Consumer Values Orientation for Materialism: Scale Development and Validation, Journal of Consumer Research, Vol. 16 pp.147-156. 71. Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie Lazar, Consumer Behavior, 2nd ed., Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall Inc.,1991. 72. Reynolds, F. D. & Wells, W. D., Consumer Behavior, Mcgraw-Hill,1977. 73. Schor, J. B. (1998). The Overspent American. NY: Basic Books. 74. Shama, A. (1985). The Voluntary Simplicity Consumer, Journal of Consumer Marketing, 2(4), 57-63. 75. Shama, A. & J. Wisenblit (1984). The Values of Voluntary Simplicity: Lifestyle and Motivation, Psychological Reports, 55, 231-40. 76. Shaw, D. and Newholm, T.(2002). Voluntary Simplicity and the Ethics of Consumption. Psychology & Marketing, vol. 19(2),167-185. 77. Sheth, Jagdish I., Newman, Bruce I., & Gross, Barbara L., (1991), " Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values, " Journal of Business Research, Vol.22, pp.159-170. 78. Shi, D.E. (1985). The Simple Life:

Plain Living and High Thinking in American Culture. NY: Oxford University Press. 78. Tren Institute(1994). All-Consuming Passion: Waking Up From the American Dream. Retrieved Aug. 24, 2003, from <http://www.scn.org/earth/lightly/karvsacp.htm> 79. Vining,J.,& Ebreo,A. ( 1990 ) .What makes a recycler? Environment and Behavior,22,55-73. 80. Walters, C. Glenn & Paul W. Gorden, Consumer Behaviors : an Intergrated Framework, Homewood, III, Richard D. Irwin Inc.,1970. 82. Weston, L. P. (2001, November 25). Planting Seeds for Simpler Life, Los Angeles Times, Retrieved Aug. 24, 2003, from <http://www.latimes.com>