

A Study of Green Consumption Intention for Teenage - The Example of Senior High School Students in Taichung Area

譚麗華、王學銘

E-mail: 9808369@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This study empirically examines the relationship between job standardization and internal service quality. In addition, this paper speculates that task uncertainty, charis-matic leadership and innovative organizational culture moderate the association between job standardization and internal service quality as perceived by contact-customer employees.

The Global warming situation is more and more serious in recent years, it has al-ready affected the human living environment. It let the people realize that unlimited consumption will and destroy the natural resource and the environment ecology, which will let our next generation facing the survival crisis. The main purpose of this research is to understand green consumption will of the youth nowadays and the related influence factors. We hope that the right concept of green consumption which will be strengthened from their growing up process to improve the consumption style in the fu-ture.

This research is taking the senior high school and vocational school students in the central Taiwan as the object of study, totally sends out 470 questionnaires, finally con-firmed that effective questionnaire total 438. The effective questionnaire rate is 93.2%. By the method of t test, One-way ANOVA, Pearson product-moment correlation, Re-gression analysis and so on to perform the data processing, get the following conclusion:

(1) The senior high school and vocational school students of Taichung County and City have the middle and high level standard in the green consumption cognition, atti-tude and intention. (2) The male student is more positive regarding the cognition of “ the environmental protection logo ” and “ the attitude ”. (3) The three aspects of “ the green consumption cognition ”, “ attitude ” and “ intention ” have obvious positive relationship. (4) For those young people which have better “ green consumption cognition ”, the “ atti-tude ” is more positive; which have more positive “ attitude ”, the will of the green con-sumption intention be better. According to the above conclusions, I propose the popularization suggestion of the green consumption to the educational circles, the government and the Industry society.

Keywords : the green consumption、green product、intention

Table of Contents

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	vi
內容目錄	vii
表目錄	ix
圖目錄	xi
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 名詞解釋	4
第四節 研究流程	5
第二章 文獻探討	6
第一節 綠色產品	6
第二節 綠色消費	14
第三節 消費者行為	21
第四節 青少年	32
第五節 綠色消費相關研究	33
第三章 研究設計	44
第一節 研究架構及變數	44
第二節 研究假設	46

第三節 研究對象	46
第四節 問卷設計	48
第五節 資料處理與分析	51
第四章 研究結果與討論	53
第一節 研究對象之個人屬性變項分佈情形	53
第二節 認知、態度與意願之現況分析	55
第三節 顧客對滿意度之感受情況	62
第四節 綠色消費認知、態度與意願之相關情形分析	67
第五節 綠色消費意願之迴歸關係分析	68
第五章 結論與建議	71
第一節 結論	71
第二節 建議	74
參考文獻	77
附錄 青少年綠色消費意願問卷	87

表目錄

表 2-1 綠色產品定義	7
表 2-2 我國環境標示類型	10
表 2-3 各類環境標誌宣告比較	12
表 2-4 具體的綠色消費行為	19
表 2-5 消費者行為之定義	22
表 2-6 消費者認知彙整表	32
表 2-7 個人屬性相關研究	34
表 2-8 產品知識相關研究	37
表 2-9 環保標章相關研究	39
表 2-10 環保經驗相關研究	40
表 2-11 綠色消費認知、態度及意願相關研究成果	42
表 3-1 高中職生人數統計表	47
表 3-2 發放問卷高中職生人數統計表	47
表 3-3 Cronbach 係數值表	50
表 4-1 研究對象之個人屬性變項分佈(N=438)	54
表 4-2 綠色消費認知量表得分情形(N = 438)	56
表 4-3 青少年綠色消費態度量表各題之平均數與標準差(N=438)	57
表 4-4 青少年綠色消費態度量表各題之平均數與標準差(N=438)	60
表 4-5 青少年綠色消費意願量表各題之平均數與標準差(N=438)得分率	61
表 4-6 不同性別高中職生在綠色消費表現差異分析表	63
表 4-7 不同學校所在地高中職生在綠色消費表現差異分析表	64
表 4-8 不同學校類別高中職生在綠色消費表現差異分析表	65
表 4-9 可支配金額在綠色消費各構面得分之單因子變異數摘要表	65
表 4-10 高中職學生綠色消費認知與態度、意願相關係數摘要表(N=438)	67
表 4-11 高中職學生綠色消費認知之變項與態度、意願相關係數摘要表(N=438)	68
表 4-12 綠色消費認知與態度之迴歸分析摘要表	69
表 4-13 綠色消費態度與意願之迴歸分析摘要表	70

圖目錄

圖 1-1 本研究流程圖	5
圖 2-1 消費者黑箱模式購買行為	25
圖 2-2 EKB消費者行為模式	28
圖 2-3 Howard消費者決策模式	29
圖 3-1 研究架構圖	44

REFERENCES

- 一、中文文獻Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, M. J. (2001), 消費者行為(謝文雀譯), 台北:華泰文化, (原文於2000年出版)
- 。Friedman, T. L. (2008), 世界又熱、又平、又擠(丘羽先譯), 台北市:天下遠見, (原文於2007年出版)。McDonough, W., & Braungart, M. (2008), 從搖籃到搖籃-綠色經濟色設計提案(中國21世紀議程管理中心譯), 台北縣:野人文化出版社, (原文出版於2007年)。Peattie, K. (1993), 綠色行銷(梁錦琳, 陳雅玲譯), 台北市:牛頓出版公司, (原文於1992年出版)。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, 11(3), 6-15。于寧, 賴明伸(2005), 綠色消費的國際發展趨勢, 科學發展, (387), 20-25。中華民國清潔生產中心(1999), 以綠色行銷做法因應綠色消費的潮流:企業永續經營不可或缺的要素, 清潔生產資訊雙月刊, 23, 1-2。中華名國消費者文教基金會(2003), 『環保標章』商品在哪裡[線上資料], 來源: <http://www.consumers.org.tw/unit412.aspx?id=195> [2009, May 20]。王柏歲(2007), 綠色消費行為意圖及其相關因素之研究 - 以台北市某國中學生為例, 國立臺灣師範大學健康促進與衛生教育學系未出版之碩士論文。王蓉莉(2001), 消費者對組合產品的知覺評估 - 以產品知?、產品涉入為調節變?, 義守大學管?研究所未出版之碩士?文。包沛然(2004), 國小綠色消費教學之?動研究, 臺中師範學院環境教育研究所未出版之碩士?文。白滄清(2007), 消費者行為, 台北市:華泰文化。朱敬先(1997), 教育心?學(初版), 台?:五南。行政院環保署(2009), 環保標章制度[線上資料], 來源: <http://www.greenmark.org.tw/greenlife/info/consume/green-consume-1.aspx> [日期不詳]。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), 29-53。呂正成(1994), 綠色消費者之消費?為研究 - 以主婦聯盟會員為例, 國?台灣大學商學研究所未出版之碩士?文。?姚霖(2005), ?色產品運用平台建構提昇競爭?之研究, 大?大學事業經營研究所碩士班未出版之碩士?文。杜宜展(2006), 大學生綠色消費及行為之研究 - 以高雄餐旅學院學生為例, 高餐通識教育學刊, (3), 271-304。李淑清(2002), 家庭因素對家庭?色消費傾向影響之研究 - 以鳳山市家計單位為對象, 義守大學管科所未出版之碩士?文。孟?明, 鄒風著(1997), 消費心?學, 台?:世界商業文庫。林玉貴(2001), 青少年及青年食品綠色消費認知、態度及行為研究, 國立台灣師範大學家政教育研究所未出版之碩士論文。林明瑞, 包沛然(2004), 國小綠色消費教學之行動研究, 師大學報, 49(2), 1-34。林彥伶(2004), 綠色產品包裝視覺設計與消費者購買行為關係之研究 - 以綠色洗衣清潔劑為例, 銘傳大學設計管理研究所未出版之碩士論文。?碧霞(2006), 品牌形象及產品知?對購買意願之影響 - 價格折扣干擾效果之探討, 大同大學事業經營研究所未出版之碩士?文。??宏(2003), 消費者?為學, 台?:五南。徐銘志(2006), 國軍官兵?色消費?為之研究 - 以?軍某一?兵?為?, ?德管?學院資源與環境管?研究所未出版之碩士?文。柴松林(1995), 消費者主義發展的新方向, 消費者保護研究(一)(pp. 17-22), 台北:行政院消費者保護委員會。柴松林(2001), 綠色消費主義, 環保標章簡訊, (25), 4-5。教育部(2009), 高級中等學校概況統計[線上資料], 來源: <http://www.edu.tw/statistics/index.aspx> [日期不詳]。梁曉珍(1993), 消費者對綠色行銷反應之研究, 淡江大學管理科學研究所未出版之碩士論文。梁馨方(2007), 生活型態對綠色消費之影響 - 量販店消費者之分析, 國立中興大學生物產業推廣暨經營學系未出版之碩士論文。陳志雲(2004), 青少年媒介消費行為研究 - 以桃園地區網咖為例, 中國文化大學新聞研究所碩士在職專班未出版之碩士論文。陳秀娟(2002), 桃園縣高中職學生吸菸行為之相關探討 - 跨理論模式之應用, 中山醫學大學醫學研究所未出版之碩士論文。陳函馨(2004), 綠色消費態度與意圖決定因素之分析, 臺灣大學管?學院國際企業學研究所未出版之碩士?文。陳淑君(2006), 情境因素對環保產品購買意願之影響, 南台科技大學國際企業系未出版之碩士?文。陳欽雨, 高宜慶(2005), 綠色生產及消費系統評估架構之發展與分析, 人文暨社會科學期刊, 1(1), 1-17。陳順騰(2007), 消費者知識對購買決策之間接影響分析 - 以光電顯示器為例, 玄奘大學國際企業學系碩士班未出版之碩士論文。陳靜宜(2002), 國小高年級學童綠色消費知識、態度與行為之調查研究-以高雄縣市為例, 國立新竹師範學院數理研究所未出版之碩士論文。陳靜宜(2003), 國小高年級學童綠色消費知識、態度與?為之調查研究 - 以高雄縣市為例, 國?新竹師範學院??研究所未出版之碩士?文。彭雯君(2003), 個人價值觀、產品屬性、綠色態度與綠色消費行為關聯性之研究 - 以大專學生為目標, 成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。彭蘭晴(2004), 綠色消費行為之初探, 台北市立師範學院環境教育研究所未出版之碩士論文。曾柔鶯(1998), 現代行銷學, 台北:華泰文化。黃仁珍(2007), 高中職生對於綠色消費認知、態度與行為之研究-南部四縣市, 國立臺南大學環境生態研究所未出版之碩士論文。黃彥文(2007), 大學生綠色消費行為之研究 - 以台北市立教育大學學生為例, 臺北市立教育大學環境教育與資源研究所未出版之碩士論文。黃惠琳(2007), 環保標章對於消費者購買決策之影響, 育達商業技術學院企業管?研究所未出版之碩士?文。黃慧真(2006), 大學生消費能?、網?拍賣?與、生活型態、?錢態?與消費者決策型態之相關研究 - 以台南地區科技大學及技術學院學生為?, 國?臺南大學社會科教學未出版碩士論文。楊奕琦(2007), 消費者對綠色環保餐廳之消費意願與影響因素之研究, 銘傳大學觀光研究所未出版之碩士?文。楊悠慧(1992), 以綠色消費為談判籌碼, 環保與經濟, 32, 30-32。溫珮如(2007), 女性購買環保保養品意向之影響因素探討, 國立中山大學公共事務管理研究所未出版之碩士論文。溫雅貴(2003), 綠建築標章應用在住宅類建築接受態度之研究以綠色消費觀點探討, 國立臺灣大學土木工程學研究所未出版之碩士論文。董德波(1999), 我國環保標章執行成果與綠色消費, 環保標章簡訊, (15), 10-13。廖家新(2003), 台灣地區消費者對綠色產品的認知與購買行為之調查研究, 國立高雄師範大學環境教育研究所未出版之碩士論文。廖雪雲(1994), 企業綠色行銷評鑑指標建立之研究, 台灣大學商學研究所未出版之碩士論文。榮泰生(2003), 消費者行為, 台北:五南圖書。劉安彥, 陳英豪(1999), 青年心理學, 台北市:三民。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。鄭源錦(1994), 產品設計的綠色思維, 戰略生產力, 77-82。賴月雲(2006), 台南市國小中高年級學童綠色消費知識態度與行為之研究, 國立臺南大學社會科教學碩士班未出版之碩士論文。謝欣佐(2001), 師院學生的綠色消費態度與綠色消費行為之研究, 國立台中師範學院環境教育研究所未出版之碩士論文。謝珮珊(2002), 食品綠色消費行為意圖及其相關因素研究 - 以台北縣某高中學生為例, 國立臺灣師範大學衛生教育學系未出版之碩士論文。羅博銘(2003), 大學生對綠色消費品之消費行為研究 - 以雲嘉地區為例, 南華大學環境管理研究所未出版之碩士論文。嚴曉雯(2005), 從消費者購買決策觀點探討綠色產品關鍵設計要素之研究, 大葉大學設計研究所碩士班未出版之碩士論文。

二、英文部分Balderjahn, I. (1988). Personality variables and environmental attitudes as predictions of ecologically responsible consumption patterns. *Journal of Business Research*, 17, 51-56. Bell, M. E. (1986). *Learning and instruction: Theory into practice*. New York: McGraw-Hill. Brucks, M. (1985). The effect of product class knowledge on information search 11 behavior. *Journal of Consumer Research* 12(1), 1-16. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2001). *Consumer behavior* (9th ed.). Ohio: South-Western Mason. Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1992). *Consumer behavior* (5th ed.). Chicago: Richard D. Irwin. Howard, J. A. (1994). *Buyer behavior in marketing strategy*. New Jersey: Prentice-Hall. Kates, R. W. (2000). Population and consumption. *Environment*, 42(3), 10-19. Kotler, P. (1993). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control* (7th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall. Kotler, P. (1997). *Marketing management-analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall. Peattie, K. (1992). *Green marketing*. London: Pitman Publishing. Robbins, S. P. (1993). *Organizational behavior*. Englewoodcliffs, New Jersey: Prentice Hall. Schiffman, L. G., & Leslie, L. K. (2000). *Consumer behavior*. New Jersey: Prentice Hall. Simon, F. L. (1992). Marketing green products in the triad. *The Columbia Journal of World Business*, 27(3-4), 268-285. Straughan, R. D., & Roberts, J. A. (1999). Environmental segmentation alternatives: A look at green consumer behavior in the new millennium. *Journal of Consumer Marketing*, 16(6), 558-575. Walker, R. H., & Dallas, J. H. (1998). Green marketing and green places: A taxonomy for the destination marketer. *Journal of Marketing Management*. 14, 623-639. Williams, T. G. (1982). *Consumer behavior fundamental and strategies*. St. Paul Minn: West Publishing Co. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.