

南華大學旅遊管理學系休閒環境管理碩士班碩士論文  
MASTER PROGRAM OF LEIAURE ENVIRONMENT MANAGEMENT  
DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT  
NAN HUA UNIVERSITY

學童綠色消費知識與綠色消費行為之關係研究—以雲林縣國小  
中、高年級為例

A Study on the Relationships among Geen Consumption Knowledge and Behaviors of  
Junior and Senior Students of Elementary Schools in Yunlin County



研究生：黃淑玲

GRADUATE STUDENT: Shu-Ling Huang

指導教授：于健 博士

ADVISOR: Chien Yu Ph.D.

中 華 民 國 一 〇 四 年 五 月

# 南 華 大 學

旅遊管理學系休閒環境管理碩士班

碩 士 學 位 論 文

學童綠色消費知識與綠色消費行為之關係研究—以雲林縣國小中、高年級為例

研究生：黃 承 玲

經考試合格特此證明

口試委員：劉瑞吉  
丁慧敏  
于坤

指導教授：于坤

系主任(所長)：丁慧敏

口試日期：中華民國 104 年 6 月 9 日

# 南華大學旅遊管理學系休閒環境管理研究所

## 103 學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：學童綠色消費知識與綠色消費行為之關係研究—以雲林縣國小中、高年級為例

研究生：黃淑玲

指導教授：于健博士

### 論文摘要內容：

本研究的目的是了解不同背景特性之國小中、高年級學童之綠色消費知識與綠色消費行為差異，探討綠色消費知識、父母親環保意識與綠色消費行為之關聯性。透過抽樣調查法回收有效問卷 320 份，研究發現：

- 一、在綠色消費知識方面，調查結果顯示大多數學童主觀認為自己相當了解綠色消費知識，且客觀綠色消費知識平均正確率 80.13%，整體而言，綠色消費知識豐富；女生、中年級、有參加環保活動，以及父親高環保意識之學生，其主觀綠色消費知識較高。女生在減量、重複使用與資源回收知識高於男生；有接觸環保資訊者在拒用與資源回收知識高於無接觸者；有參加環保活動者在拒用與減量知識顯著高於無參加者。
- 二、在綠色消費行為方面，女生在拒用、減量與重複使用等行為表現較佳；中年級學童在拒用、減量與節能行為表現較佳；有接觸環保資訊者，在拒用、減量與重複使用等行為表現較佳；有參與環保活動者在拒用、減量與重複使用等行為表現較佳。
- 三、父母親之環保意識與學童主、客觀綠色消費知識對其綠色消費行為有顯著正面影響。
- 四、主觀綠色消費知識在父母親環保意識對綠色消費行為之影響方面具有部分中介效果，客觀綠色消費知識則否。
- 五、整體而言，本研究學童之綠色消費知識與綠色消費行為皆呈正向表現，與先前其他地區學童之研究結果相同。

**關鍵詞：**綠色消費知識、綠色消費行為、國小學童

**Title of Thesis :** A Study on the Relationships among Green Consumption Knowledge and Behaviors of Junior and Senior Students of Elementary School in Yunlin County

**Name of Institute :** Master Program of Leisure Environment Management, Department of Tourism Management, Nan Hua University

**Graduate Date :** May 2015

**Degree Conferred :** M.B.A.

**Name of Student :** Shu-Ling Huang

**Advisor :** ChienYu Ph. D.

## **Abstract**

This study was designed to examine the relationships among green consumption knowledge, behaviors and parents of environmental awareness. A total of 320 valid questionnaires were. The main findings of this study are as follows.

1. Aspects of the green consumption knowledge, the rate of 80.13% average correct answers, which means students' green consumption knowledge are good. Female students get higher score than male students; Fourth grade students get higher score than sixth grade students; Students who had participated in environmental activities have a higher degree of subjective green consumption knowledge; Students whose father has high environmental awareness have a higher degree of subjective green consumption knowledge. Aspects of objective green consumption knowledge, female students have a higher degree of reduction, reuse and recycling knowledge. Students who had acquired the environmental protection information have a higher degree of refuse and recycling knowledge. Students who had participated in environmental activities have a higher degree of refuse and reuse knowledge.
2. Aspects of the green consumption behavior, the results pointed to the female students' refuse behavior, reuse behavior and recycling behavior is stronger than male students; fourth grade students' refuse behavior, reuse behavior and save energy behavior is stronger than sixth grade students.
3. The parents' environmental awareness and green consumption knowledge has significant positive impact on green consumption behaviors.
4. The subjective green consumption knowledge has mediating effect on the impact of the parents' environmental awareness for green consumption behaviors.

**Keywords:** Green Consumption Knowledge, Green Consumption Behaviors, The students of Elementary Schools

## 目 錄

中文摘要	.....	i
英文摘要	.....	ii
目 錄	.....	iii
表目錄	.....	v
圖目錄	.....	vii
第一章	緒論.....	1
1.1	研究背景與動機.....	1
1.2	研究目的.....	4
1.3	研究流程.....	5
1.4	研究限制.....	6
第二章	文獻探討.....	7
2.1	消費者知識理論.....	7
2.1.1	消費者知識定義.....	7
2.1.2	消費者知識種類.....	8
2.1.3	消費者知識來源.....	10
2.2	綠色消費之意涵.....	10
2.2.1	綠色消費的起源.....	10
2.2.2	綠色消費的定義.....	11
2.2.3	綠色消費產品之特徵.....	14
2.2.4	綠色消費行為之涵義.....	16
2.3	綠色消費知識與綠色消費行為之相關研究.....	18
第三章	研究設計.....	22
3.1	研究架構.....	22
3.2	變數之操作性定義.....	23
3.3	研究假設.....	26
3.4	問卷設計.....	27
3.5	抽樣方法.....	34

第四章	實證結果與分析	36
4.1	樣本結構特徵	36
4.2	因素分析	37
4.3	學童父、母親之環保意識概況	40
4.4	學童之綠色消費知識現況及差異分析	41
4.4.1	學童之主、客觀綠色消費知識之分布	41
4.4.2	不同背景變項之學童其主觀綠色消費知識差異分析	43
4.4.3	不同背景變項之學童其客觀綠色消費知識差異分析	46
4.5	學童之綠色消費行為現況及差異分析	50
4.5.1	學童之綠色消費行為分布	50
4.5.2	不同背景變項之學童其綠色消費行為差異分析	52
4.6	父母親環保意識、主觀綠色消費知識、客觀綠色消費知識與綠色消費行為之相關分析	65
4.7	父母親環保意識、綠色消費知識與綠色消費行為之影響分析	66
4.8	假設驗證整理	69
第五章	結論與建議	71
5.1	結論	71
5.1.1	學童之綠色消費知識現況與差異	71
5.1.2	學童之綠色消費行為現況與差異	73
5.1.3	學童之父母親環保意識與綠色消費知識對綠色消費行為之影響	75
5.2	建議	76
參考文獻		78
附錄	實測問卷	83

## 表 目 錄

表 2.1	各地區學童綠色消費知識與綠色消費行為之研究結果	20
表 3.1	學童綠色消費知識衡量構面及題項表	29
表 3.2	綠色消費行為衡量題項表	31
表 3.3	因素分析與信度分析摘要表	33
表 3.4	綠色消費行為與主觀綠色消費知識正式題項表	34
表 4.1	樣本結構表	37
表 4.2	綠色消費行為類型表	38
表 4.3	信度分析摘要表	39
表 4.4	學童父母親之環保意識概況	40
表 4.5	主觀綠色消費知識分布	41
表 4.6	客觀綠色消費知識分布	42
表 4.7	不同人口統計變數之學童其主觀綠色消費知識差異檢定表	44
表 4.8	不同父母親環保意識之學童其主觀綠色消費知識差異檢定表	45
表 4.9	不同性別之學童其客觀綠色消費知識差異檢定表	46
表 4.10	最近一年有無接觸環保資訊之學童其客觀綠色消費知識差異檢定表	47
表 4.11	最近一年有無參加環保活動之學童其客觀綠色消費知識差異檢定表	48
表 4.12	綠色消費行為分布	52
表 4.13	不同性別之學童其綠色消費行為差異檢定表	53
表 4.14	不同年級之學童其綠色消費行為差異檢定表	54
表 4.15	最近一年有無接觸環保資訊之學童其綠色消費行為差異檢定表	55
表 4.16	最近一年有無參加環保活動之學童其綠色消費行為差異檢定表	57
表 4.17	不同母親職業之學童其綠色消費行為差異檢定表	59
表 4.18	不同父親環保意識之學童其綠色消費行為差異檢定表	60
表 4.19	不同母親環保意識之學童其綠色消費行為差異檢定表	61
表 4.20	不同主觀綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為差異檢定表	62
表 4.21	不同客觀綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為差異檢定表	64
表 4.22	父母親環保意識、主觀綠色消費知識、客觀綠色消費知識與綠色消費行為之相關檢定表	65

表 4.23 父母親環保意識、綠色消費知識與綠色消費行為多元迴歸分析·····	67
表 4.24 研究假設驗證結果·····	69





## 圖目錄

圖 1.1	研究流程圖.....	5
圖 3.1	研究架構與假設圖.....	23
圖 4.1	綠色消費行為多元迴歸模型.....	68



# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

隨著經濟的快速成長，國民所得提昇，家庭消費能力提高，進口名車滿街跑，名牌服飾大家穿，吃的是豐盛菜餚，住的是山林別墅，人人購買複式包裝、用完即丟的生活用品，這就是二十世紀末人們追求物質享樂的寫照。然而，在物質享樂的背後，汽機車癱瘓都會街頭，廢棄物和污染瀰漫整個生活空間，山林、河川及生態正遭受著殘酷而無情的迫害，地球環境問題接連產生，「人類文明」正啃食著我們唯一的地球。有鑒於環境問題與人類生活密切相關，因此 Kates (2000) 指出「人口與消費」是造成當前環境危機的主要原因。每個人一出生即為消費者，在現今的環境中，消費與個人生活已密不可分。消費是資源利用的源頭，消費行為可能耗竭環境資源，也可能產生污染造成環境的破壞，如何才能減少人類消費活動帶給環境的衝擊呢？最直接有效的方法就是結合環境永續發展理念，透過改變消費型態來改善資源過度利用的現象。1992 年在里約召開的地球高峰會所通過的 21 世紀議程，以及 2002 年世界高峰會中皆強調，地球資源要永續經營，「資源消費型態」就要改變。Kates (2000) 認為執行 3Rs-Reduce, Reuse, Recycle 式的消費縮減活動，也就是國內所推行的「綠色消費」運動，將有助於降低消費對環境的衝擊。唯有 3Rs 式的生活型態，環境才能永續 (蘇玉守，1999)。

綠化是二十一世紀的風潮，是面對越來越大的環境問題和挑戰的省思與行動 (王順美，2001)。它不只是政府單位、環保團體在那裡嚷嚷的事，目前已有許多國家積極推展「綠色學校聯盟」，許多企業開始推動綠

色行銷，也有不少民眾熱烈響應綠色消費與綠色生活。1987年4月聯合國世界環境與發展委員會發表「我們共同的未來」(Our Common Future)，強調「永續發展」的理念，認為永續發展是「滿足當代的需要，同時不損及其未來世代滿足其需要之發展」，這個觀念提醒了人們要節制自己的行為，摒棄任何浪費或對環境有害的生活型態，以維護環境品質、保存有限的環境資源，讓世代子孫及一切物種得以永續生存。

在此概念的帶動下，近幾年來綠色消費主義開始受到國際的重視，除了1991年國際消費者組織聯盟(International of Consumer Unions, IOCU)通過「綠色消費主義決議案」外，國內主婦聯盟也在民國81年首度推行了綠色消費運動，開始對民眾宣導綠色消費觀念，隔年「綠色消費者基金會」正式成立，為環境保護工作再添新兵。當然環保署和各縣市環保局為因應時勢，也陸續提出幾項符合綠色消費理念的政策，例如：台北市於民國89年實施的垃圾袋隨袋徵收制度、高雄市在民國90年全面推動的垃圾分類工作、民國91年7月起全國開始限用購物塑膠袋與免洗餐具等，希望藉此改善民眾生活及消費習慣，以減緩環境資源消耗的速度、減少污染、降低廢棄物帶給環境的負荷。

綠色消費執行與否全靠民眾的自覺，張峰壺(1996)的調查研究顯示，一般民眾仍無正確的綠色消費觀念，對有環保標章的公司亦無實質上的支持。在綠色消費仍未成主流的台灣，如何進行教育宣導引發民眾對環境的覺知，落實綠色消費行動，將是國內環境教育的重要工作。近年，台灣的兒童消費經驗逐漸增加，由於兒童可塑性高，在日常生活中所學得的消費知識、態度及技能皆會影響其成人後的消費行為，甚至會影響

其父母及家庭的消費型態（胡蘭沁，1997）。Phillips（1999）在調查學童的環境觀與綠色消費態度後也指出，半數以上的父母在購物時所做的決定會受其子女環保意識的影響，孩子們比父母更關心環境，會要求父母做出對環境有益的行為。因此，了解當前國小學童的綠色消費知識程度與行為表現，可驗證當前國小學童的綠色教育成果為何，此為本研究動機之一。

隨著 1990 年代綠色消費意識的崛起，國內即將全面實施的中小學九年一貫課程已把「執行綠色消費」列為環境教育議題的一項重要的能力指標。雖然國內有關綠色消費知識與行為之研究，發展至今已有一段時日，例如李佳容（2001）及黃齡儀（2000）等，曾針對國小學童進行研究，探討媒體介入對學童綠色消費行為之影響；李明相（2006）與李珮菱（2009）等學者則是探討部分地區國小學童綠色消費知識、態度與行為之影響。然而，國小學童之綠色知識與行為之表現是否具有地區性差異，為本研究亟欲了解的地方。因此本研究選取非都會地區之國小學童進行研究，與先前的研究結果進行比較，藉此探討國小學童之綠色消費知識與行為是否具有地區性差異，此為本研究動機之二。

雖然部分學者認為學童的綠色消費觀念能影響父母親的消費行為或家庭的消費型態（胡蘭沁，1997；Phillips，1999 等），但本研究認為家庭成員之間具有互相影響之效果，尤其是父母親的環保觀念與作為具有示範與教育的功能。因此，父母親的環保意識對學童的影響程度為何，是本研究欲了解的地方，此為本研究動機之三。

Brucks (1985) 即將產品知識分為客觀與主觀知識，而 Schmidt & Spreng (1996) 進一步定義客觀知識為消費者真實知道什麼？而將主觀知識定義為消費者對自己瞭解該類產品多少的知覺程度。然而先前有關綠色消費知識的研究，焦點多集中在客觀知識之影響，本研究認為探討主觀知識對行為的影響，亦是不可忽視的重要因素。因此，了解主觀綠色消費知識對綠色消費行為之影響為本研究動機之四。

綜合上述之動機，本研究以非都會地區國小學童當中，較具消費能力的中、高年級學童作為研究對象，從綠色消費的 4R 原則——即拒用 (refuse)、減量 (reduce)、重複使用 (reuse) 與回收 (recycle) 準則切入，針對其綠色消費知識和行為進行調查，並作相關變項的分析，希望研究結果能提供未來設計綠色消費教材、推動國小學童綠色消費教育以及做進一步相關研究之參考。

## 1.2 研究目的

根據前述的研究動機，本文之研究目的如下：

- (1) 瞭解國小學童之主、客觀綠色消費知識程度與綠色消費行為現況。
- (2) 探討國小學童背景變項，主、客觀綠色消費知識與消費行為間之差異。
- (3) 探討學童父母親環保意識、主、觀綠色消費知識與消費行為之相關性。
- (4) 探討學童父母親環保意識與主、客觀綠色消費知識對其綠色消費行為之預測力。

### 1.3 研究流程

本研究首先分析問題背景確定研究主題、動機與目的，其次相關文獻蒐集與整理，包括國小學童綠色消費知識與行為之意涵與相關研究。接著進行研究設計，包括研究架構、研究方法、抽樣設計、問卷設計與資料分析方法。經過問卷調查後，將資料整理依序進行假設驗證及分析，最後提出結論與建議。茲將上述之研究流程以圖表表示，如圖1.1。

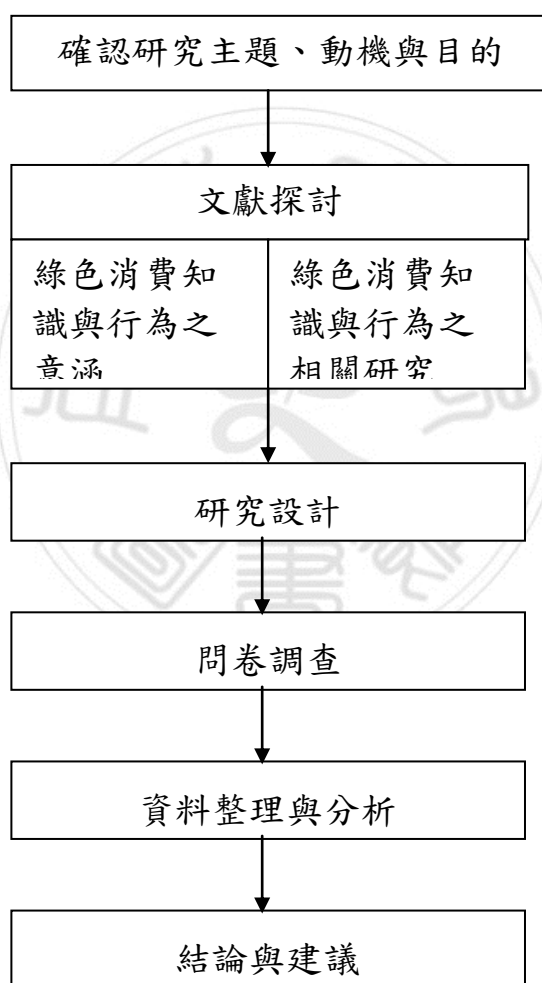


圖1.1 研究流程圖  
資料來源：本研究整理

## 1.4 研究限制

本研究之研究限制可分為兩方面說明：

1. 研究範圍方面：本研究的對象以地區性國小學童為主，研究結果可能無法顯示全國國小中、高年級學童之綠色消費知識程度與行為之差異。
2. 抽樣方法方面：在樣本選取方面，本研究受限於人力、物力等因素，無法採用全面隨機抽樣方式進行問卷調查，僅透過便利抽樣方式選取調查對象，因此研究樣本可能不夠周延。



## 第二章 文獻探討

綠色消費乃是基於環境保護、愛護地球為決策準則之消費行為，因此，有必要進一步了解綠色消費行為之相關理論。本章擬從消費者知識理論、綠色消費之意涵及相關研究等方面進行探討。

### 2.1 消費者知識理論

為了解消費者知識之意涵，以下就消費者知識的定義、消費者知識種類與消費者知識來源分別加以論述。

#### 2.1.1 消費者知識之定義

過去許多學者將消費者知識界定在產品知識 (product knowledge) 的範疇，探討消費者知識的內涵。Kiel & Layton (1981) 將產品經驗與產品知識分開，定義產品知識的內涵，認為產品知識與產品涉入或對產品的興趣較相似；Brucks (1985) 則將產品知識分為客觀與主觀知識，定義為消費者儲存在記憶中 (客觀知識) 或消費者認定自己知曉的信念 (主觀知識)；Schmidt & Spreng (1996) 進一步定義客觀知識為消費者真實知道什麼？而將主觀知識定義為消費者對自己瞭解該類產品多少的知覺。

Peter & Olson (1996) 則較具體指出產品知識，認為產品知識包括產品本身、產品型式、品牌和消費模式，消費者從中獲得有關產品的屬性、利益和需求的滿足，這些要素即是產品知識的內容；另外 Moorthy, Rotchford & Talukdar (1997) 將產品相關知識分為「專門知識」



(expertise) 及「產品知識」(product knowledge)，且「產品知識」的評定需視「專門知識」的評估特質而定。

另有學者以較廣義的觀點探討消費者知識，例如，Punj & Staelin (1983) 將消費者知識分成有用的先前知識(Usable Prior Knowledge)，和先前記憶結構(Prior Memory Structure)。有用的先前知識是指與產品款式特質相關的特定知識；先前記憶結構則是指消費者對於購買過程及產品的一般知識。Alba & Hutchinson (1987) 將消費者知識分成熟悉度(familiarity) 和專門知識(expertise)，將熟悉度定義為消費者所累積存在記憶的產品相關經驗；而專門知識則是指可以成功地執行產品相關任務所需的認知結構與認知程序。Engel, et al. (2001, 謝文雀譯, 2001) 則以較具體的觀點來定義消費者知識。認為消費者知識為「攸關產品購置及消費，所存在記憶中的資訊總量。內容包括產品與服務的可用情況與特徵；購買場所與時間；如何使用產品等」。

### 2.1.2 消費者知識種類

根據 Engel, et al. (2001, 謝文雀譯, 2001) 的論點，消費者知識主要可分成下列五種類型：

#### (1) 產品存在的知識：

消費者知識最基本的觀點便是消費者對於產品知曉的程度。也就是說，產品須進入消費者的知曉集合，然後才有可能進入考慮集合，最後成為消費者的購買對象。如果消費者無法得知產品的存在，便不可能成為公司的顧客。

## (2) 產品屬性與聯想的知識：

消費者的產品知曉集合中，都有可能和消費者記憶中其他資訊聯想在一起，聯想可能包括實體特徵與屬性。Aaker (1991) 便將品牌聯想分為產品屬性、無形屬性、顧客利益、相對價格、產品用途、使用者、名人/代言人、生活型態/人格、產品種類、競爭者、國家/地理區域等。例如，NIKE 可能與麥可喬登、名牌等聯想；BENZ 可能與高品質、尊榮、豪華、高價格等聯想在一起。

## (3) 購買知識：

購買知識包括了消費者對於產品的價格、優惠價格、購買的地點(或店內擺設)、何時購買(例如，週年慶、優惠期間)等資訊片段。

## (4) 消費與使用知識：

此知識是由消費者記憶中有關產品如何使用及何種情況下使用，所組成的資訊。提高消費者此種知識，有助於增加購買意願，及降低消費者使用上的不滿意。

## (5) 說服知識：

說服知識即是消費者所知道的企圖說服消費者的行銷手法之核心理念。黃聖哲 (2002) 亦指出說服知識包括所有類型活動的相關知識，也包括廣告的相關信念。說服知識的重要性，在於決定消費者如何回應說服的行動。

### 2.1.3 消費者知識來源

關於消費者知識的來源，一般來說，可分為內部資訊與外部資訊。Bettman & Park (1980) 探討產品知識與經驗和決策過程的影響關係時，研究發現，消費者的產品知識來自於經驗。這裡指的經驗，可能來自消費者自身的購買或使用知覺，亦有可能透過媒介獲取他人的經驗。

Brucks (1985) 認為衡量產品知識，應分為三個部分：一是主觀知識，二是客觀知識，主、客觀知識的內涵如上一節所探討。另一個部分為產品經驗，包括產品購買的量與使用經驗。因此，消費者知識的來源有一部分來自消費者的經驗。Engel, et al. (2001, 謝文雀譯, 2001) 則較明確指出，消費者的知識來源可分為：消費者自身的經驗、人際間訊息管道與非人際間訊息管道三種。人際間訊息來源包含家人、朋友、專業人士、推銷員等人際網絡；非人際間訊息來源則包含廣告、雜誌、工商名冊、報紙、電視、廣播與網際網路等傳播媒體。

## 2.2 綠色消費之意涵

本節旨在探討綠色消費與綠色消費行為之影響，本節首先論述綠色消費的起源，接著闡述綠色消費的定義、綠色消費產品之特徵，最後探討綠色消費行為之涵義。

### 2.2.1 綠色消費的起源

隨著經濟的高度發展，人類消費能力大幅提升，大量生產、大量流通與大量消費，已成為現今的經濟活動特徵。尤其生產技術的進步，為了吸引消費者與滿足消費者的慾望，許多產品過度講求精緻化，造成產

品過度加工與包裝，不僅耗費大量的資源，形成許多不必要的浪費，其衍生的垃圾問題，對於環境保護更造成重大影響。近三十年來，隨著觀念的改變，人們開始體認到地球資源的耗竭起於人類無窮的慾望，因此逐漸有了綠色消費-節約資源、保護生態環境的概念。集體綠色消費運動源於 1978 年德國政府推動的「藍天使環保標章計劃」，但此一活動未被其他各國所接受，直到 1987 年聯合國環境與發展委員會發表「我們共同的未來」，提出「永續發展」開始有「節制」的觀念後，綠色消費才漸漸成為各國環保人士關心的重點（李淑清，2002）。

綠色消費主義（Green consumerism）一詞首先出現在 1988 年出版的「綠色消費者指南（Green Consumer Guide）」一書中（Vallely, 1992），而後才延伸出綠色消費（Green Consumption）的概念。1990 年各國陸續推動綠色消費，國際消費者組織聯盟於 1991 年在香港舉行第十三屆大會時，也通過了「綠色消費主義決議案」，使得全球的綠色消費運動達到最高潮（柴松林，1995）。國內主婦聯盟亦隨著這股綠風的吹起，於 1991 年成立了消費品質委員會，開始傳遞綠色消費的理念；1992 年「綠色消費者基金會成立」，希望能從人類最根本的消費觀點出發，尋求徹底解決環境問題的方法，以期創造永續發展的社會。

### 2.2.2 綠色消費的定義

有關綠色消費的定義，許多學者是以概念性的觀點來論述，Peattie(1992)認為，綠色消費是指消費者在選擇購買時至少有部分是根據環境與社會的標準來考量。周月英（1992）則認為只要在消費過程中盡量減少對環境的損害就是綠色消費。黎安國（1996）指出綠色消費是環

保主義下的一種新消費模式，是一種對自然環境影響最少，或可循環使用與減低整體消費量的消費模式。李德威（1997）認為購買對環境破壞力最少、污染性低的生活必需品的消費行為就是綠色消費。陳永仁（1996）具體的指出，綠色消費即是消費者能選購低污染、能回收、省能源之環保標章之產品。

綠色消費是一種消除浪費，提升資源使用效率，且符合環境保護的消費模式，不只對健康有益，還具有環保的功能（駱尚廉，2000）。中華民國消費者文教基金會創辦人柴松林（1996）曾經說明綠色消費的意義：在為了維持人的生存而必須從事消費的時候，要儘量購買對環境破壞少、污染程度低的產品，並儘量減少不必要的消費。綜合上述各家學者的觀點，可知綠色消費和消費者對於資源利用與環境保護等意識有高度的關聯性。于寧、賴明伸（2000）即明確指出，消費者應深切體認自身的任何消費都會對地球環境造成衝擊與影響，而且應先衡量是否真的需要才進行購買，所購買的產品應符合低污染、可回收、省資源之特性，且綠色消費的觀念應進而影響家人、朋友，甚至向生產者反應自己的綠色消費需求。

總而言之，綠色消費結合了消費者主義和環境主義，是權利與義務合一的一種環保行動。它的理念在於消費是資源利用的源頭，如果消費者能自動減少消費，並藉由消費的力量給予廠商壓力，引導廠商在商品生命週期的各個階段中顧及生態與環境，減少生產會傷害環境、浪費資源的產品，便可有效減緩人類對環境的破壞（駱尚廉，2001）。由此可知，當我們在購買前先思考是否為必要之消費，消費過程中能考慮到環保，

儘量減低消費活動帶給環境的傷害就是在進行綠色消費。

當消費者秉持綠色的觀念從事消費活動時，有一些基本的原則應該要遵守。Davis (1993) 提出綠色消費有八項原則，分別為：減量，即減少不必要的浪費；重複使用，即使用耐久性佳的產品，避免使用一次性的便利品；回收，選擇可回收的產品；再生，廢棄物可移作他用；修復，延長產品的使用年限；拒用，拒絕購買或使用有害生態之產品；生態復育，消費過程中不危害自然生態；結合環保理念，即響應環保活動。

柴松林(1995)認為消費者在從事消費活動時，應遵守 3R 3E 原則，3R 就是：減量原則 (Reduce)，即儘可能減少不必要的消費；重複使用原則(Reuse)，即儘可能的重複使用，不要任意的拋棄；回收原則(Recycle)，選擇屬於再生材質製成的產品，作廢時可以將資源回收再利用。而 3E 就是：經濟原則 (Economic)，即講求經濟性的、選擇使用能源最少、加工程序最單純、包裝最節省的企业和產品；生態原則 (Ecological)，講求生態主義的，選擇那些致力於污染防治，對自然環境傷害最少、不會傷害野生動物、植物的企业和產品；平等原則 (Equitable)，講求平等主義的，尊重人性，選擇那些不剝削勞工、不侵害居於弱勢民族的生存權、不以不道德的手段去行銷、不從事違背人道主義的動物性試驗等，具有平等精神的企業所生產之產品。

另外，董德波 (1999) 也提出六項綠色消費之原則，認為：消費者應了解自身活動對地球的衝擊，且應體認個人行為對環境的影響；消費者購買產品或耗用資源時應注意是否有需要，產品是否符合低污染、可回收與省能源等原則；消費者購物時應考慮產品的耐久性、可維修性與

可回收性；消費者在使用與丟棄物品時，注意安全、健康與環保問題，並確實做到再使用或資源回收；消費者應影響家人、朋友一起節約能源與採用綠色產品；消費者應直接或間接向廠商反應他們的綠色需求。

由此可知，綠色消費的精神在於消費者在經濟活動當中，秉持珍惜地球資源與環境保護的觀念，實踐綠色消費原則，以減少對自然環境的破壞，並且藉由消費端的需求，進而影響生產者改進生產方法或產品，形成一個良性的循環，達到地球永續生存的目標。因此，本研究定義綠色消費為「消費者秉持資源利用與環境保護之自覺，購買或使用具有低污染、低耗能、可循環使用或可回收等特性之產品的消費行為」。

### 2.2.3 綠色消費產品之特徵

德國於 1979 年開始實施環境標章制度，稱為「藍天使」(Blue Angel Mark)，是世界上第一個環境標章，此後引領全球綠色消費潮流。我國則於 1992 年開始實施「環保標章」，引導產業界生產綠色產品，鼓勵民眾購買印有環保標章的產品，藉此形成環保生活化、習慣化。Elkington & Hailes (1989) 提出了評估綠色產品的原則：(1) 對人體和動物不造成傷害 (2) 不對動物造成不必要的傷害 (3) 不以瀕臨絕種的動物作為生產的原料 (4) 製造及處理其廢棄物過程中，不耗用過多其他能源。(5) 製造及處理其廢棄物過程，對環境損壞最小。(6) 不過度包裝且產品壽命不可太短，避免造成浪費。(7) 儘可能不比非綠色產品貴太多。

Peattie (1992) 指出，綠色產品即產品從研發開始，在原料的取得、生產過程、運送、銷售、產品的使用、廢棄、甚至售後服務中都能使環

境污染達到最少，同時能有效運用資源的產品或服務。Simon (1992) 也提出了綠色產品的構成要件，這些要件分別為：減少原料，高回收性質；無污染製造，無毒的原料；不以動物為測試對象；不對保育類動物造成傷害；在生產、使用及處理過程中為低能源消耗；無包裝或減量包裝；可重複使用；耐用年限長及高效能；追蹤、收集使用後的產品，實施回收制度；資源再生的可能性等十項。

行政院環保署 (1993) 提出綠色產品的設計應從產品、包裝及印刷等三個面向來考量。在產品方面，考量的原則包括易於回收、易於替換零件之結構、使用年限長、省能源及低污染與健康安全等。在包裝方面，考量的原則包括簡單的包裝、可生物分解的包裝、避免過度包裝、盡量使用紙材包裝、減少發泡塑膠之包裝以及使用無毒性之包裝材料等。而在印刷方面，考量的原則包括使用再生紙、採用水溶性及無毒的印墨、利用電腦規劃設計以減少紙張及其他材料之使用，以及 DM 使用型錄標準規格以利保管等。行政院環保署並於 1995 年定義綠色產品為「產品於原料的取得、產品的製造、銷售、使用及廢棄處理過程中，具有『可回收、低污染、省資源』等功能或理念的產品」。

中華民國環境保護暨綠色生產推廣協會 (1999) 將綠色產品分為「環保標章產品」及「綠色商品」兩類產品。「環保標章產品」即為獲得行政院環保署審核通過，得以在商品上印有「環保標章」的產品；而「綠色商品」則是雖未獲得環保標章，但商品在整個產品生命週期當中，盡量有效利用資源及減少對環境破壞的產品。由此可知，綠色產品是在生產過程中能盡量減少對地球的污染及資源的耗用，並能回收再利用或易於



處理的產品。因此，本研究定義綠色產品為「在產品的生命週期中，具有低耗能、可回收、減少環境污染等特性之產品或服務」。

#### 2.2.4 綠色消費行為之涵義

陳靜宜（2005）認為，綠色消費行為是指在購買前應先思考此消費是否必要，避免不必要的浪費，其次是購買時應考慮到環保問題，購買後又能進行資源回收與垃圾分類，而且希望這些行為能夠影響到週遭的人，進而影響生產者能回應綠色消費需求。The Roper Organization(1990)以「購中」、「購後」與「其他」三個構面說明綠色消費行為，茲說明如下：

- (一) 購中：是指在消費階段的行為，包括閱讀標示、選擇可分解之塑膠袋、購買可分解的肥皂或清潔劑、避免使用殺蟲劑或噴霧劑、選擇使用再生材料包裝之產品、選購可再充填的品及避免到使用寶麗龍的餐廳等。
- (二) 購後：是指消費後階段的行為，包括回收報紙、回收瓶罐與垃圾分類等。
- (三) 其他：包括減少汽車的使用、捐錢給環保團體、反應意見給政府團體，以及願意多花一點錢購買有益環境保護之產品等。

另有學者具體地指出綠色消費行為。如呂正成（1994）提出 11 項綠色消費行為，內容包括：購物時自備購物袋，減少塑膠袋的污染；支持並參與資源回收、垃圾分類，以利資源再利用及減低廢棄物處理成本；選購天然成分的清潔劑，避免人工化合物污染環境；支持並參與保特瓶、電池或玻璃容器的回收；購買環保形象良好公司的產品，鼓勵產業界朝

綠色企業發展；避免購買會產生污染的產品；參與共同購買，爭取合理安全的消費環境；支持贊助環保團體，倡導環保議題，教育民眾，並督促政府與產業；主動學習綠色消費相關知識，以提升民眾的環保意識；支持減量包裝，避免耗用過多資源；拒用會產生污染的產品（例：塑膠袋或免洗餐具）等。

吳瓊斌（1997）亦列出 15 項綠色消費行為，包括：購買對環境污染小的產品；選擇使用對環境污染小的產品；因環保的理由改變購買的習慣；拒買已知對環境造成傷害的產品；購買利用天然成分製造的產品；主動攜帶購物袋；購買可回收容器封裝的產品；購買再生紙製造的產品；平常作回收工作；購買可回收產品；拒買對別人造成傷害的產品；拒買在開發中國家投資所生產的產品；拒買不負社會責任的公司所生產的產品；主動做垃圾分類；打折時不購買過多折價商品等。綜合上述學者的論述，本研究認為綠色消費行為是指當民眾在進行消費時，能將環境保護的理念付諸實現於整個消費過程中。

以環境保護為理念的消費行為，可事先透過教育的方式，降低消費活動對環境造成的傷害，同時可透過消費者傳達綠色消費的需求，給予生產者壓力，促使其產品或生產過程減低對環境的危害（陳靜宜，2005）。楊冠政（1997）認為 Hungerford & Peyton（1977）所提出的「消費者主義」所採取的行為，包含直接杯葛、間接杯葛和消費者保育，可對生產者造成足夠的壓力。柴松林（1996）指出現在各國常將這些個人行動集結成社會運動，給予廠商足夠的壓力，常見的方式分為兩種，一是抗爭性的運動，另一個為自決性的行動。此消費方式除了具有環保的理念外，

亦可藉由集體採購來降低個人財務的負擔。綠色消費不再只是滿足需求的消費，它藉由消費行為來保護環境，解決並防範未來環境的問題，達成環境教育的最終目標。因此，綠色消費教育必定為未來環境教育的一個重要教育方針。

### 2.3 綠色消費知識與綠色消費行為之相關研究

許多學者針對綠色消費知識與綠色消費行為之影響進行研究，然而其結果不盡相同。呂正成（1994）對台灣主婦聯盟的成員進行研究，結果顯示，綠色消費知識與綠色消費行為呈正相關。車參賢（1995）的研究結果是低年級國中生資源回收行為較高年級佳。王懋雯（1997）對高職學生和與環境相關科系的大學生、師院生的環境行為作研究，研究中皆發現環境知識與環境行為之間的關係不顯著，環境知識不是環境行為的預測變項，學生環境知識的高低並不能影響其環境行為的表現。

黃齡儀（2000）以小學生為對象，進行綠色消費行為與網際網路媒體使用習慣之研究調查，結果顯示父母社經地位會影響學生的綠色消費行為。李明相（2006）研究發現，女生的綠色消費知識顯著高於男生，六年級學童顯著高於四年級學童，城市地區的學童顯著高於一般鄉鎮及偏遠地區之學童。另外，學童綠色消費知識愈高，對綠色消費行為的影響愈正向，在拒用行為、減量行為、重複使用行為與資源回收行為等方面皆有顯著正向的影響。黃炫芬（2013）的研究結果亦指出，大部分國小學童的綠色消費知識與行為多具有正向的表現；且彼此呈現顯著正相關。綠色消費知識程度愈高、綠色消費態度愈正向、家庭社經地位愈高、環保活動參與和環保資訊接觸經驗越豐富者，其綠色消費行為意圖也愈

強烈。

梁耀庭(2014)比較台北市國小學童其綠色消費知識與行為之差異，研究結果指出，國小學童綠色消費知識各因素間有顯著差異，等級依序為「減量」、「資源回收」、「拒用」、「重複使用」，且在不同性別、年級、零用錢、母親學歷間之國小學童綠色消費知識上達顯著差異。在綠色消費行為方面，各因素間亦有顯著差異，等級依序為「重複使用」、「減量」、「資源回收」、「拒用」。在不同性別、年級、零用錢、母親學歷間之國小學童綠色消費行為上達顯著差異。另外，臺北市國小學童綠色消費之調查研究之知識與行為為弱相關。

綜合上述之相關研究結果，可知不同背景變項之受訪者其綠色消費知識與綠色消費行為有所差異，但綠色消費知識對綠色消費行為的影響，其結果卻不盡相同。本研究根據先前學者針對各地區學童之綠色消費知識與綠色消費行為之研究結果，彙整如表 2.1 所示。

表 2.1 各地區學童綠色消費知識與綠色消費行為之研究結果

研究者	年代	研究地區	研究發現	
			綠色消費知識	綠色消費行為
陳靜宜	2003	高雄縣、市	1. 綠色消費知識豐富。	1. 女性、就學地區繁榮、曾參與環保活動、曾接觸環保資訊、父母皆重視環保、父母教育程度高、且父母的職業為軍公教人員之學童整體表現佳。 2. 綠色消費知識、態度與行為呈現顯著正相關。
賴月雲	2005	台南市	1. 綠色消費知識呈正向之表現。 2. 在綠色消費態度、三年級、四年級、五年級、家庭社經指數、接觸環保資訊、綠色消費行為、安平區、學校垃圾從未分類回收等變項具有顯著差異。	1. 中西區、越高年級、家庭社經地位較高、家庭生活環保程度高、參與環保活動次數越多、接觸過環保資訊以及學校重視環保等特性之學童表現較佳。 2. 綠色消費知識、態度與行為呈現顯著正相關。
李明相	2006	屏東縣	1. 正確率為 81.9%，顯示綠色消費知識豐富。 2. 女生、六年級、城市地區、綠色學校夥伴網路、接觸過環保資訊、父母親教育程度愈高、父母親職業是教師、公務員或商業等特性之學童有較佳表現。	1. 女生、城市地區、綠色學校夥伴網路、接觸過環保資訊、父母親教育程度愈高、父親職業是軍公教、母親職業是公教，等特性之學童有較佳表現。 2. 綠色消費知識愈高，其綠色消費行為愈正向積極。

資料來源：本研究整理

表 2.1 各地區學童綠色消費知識與綠色消費行為之研究結果（續）

研究者	年代	研究地區	研究發現	
			綠色消費知識	綠色消費行為
李珮菱	2009	台北市 金門縣	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 都會地區學童平均得分率 81.80%，而離島地區學童平均得分率 71.35%。</li> <li>2. 性別、零用錢、環保活動經驗、環保資訊、社經地位、居住地區具顯著差異。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 居住地、社經地位具有顯著差異。</li> <li>2. 綠色消費知識、態度與行為呈現顯著正相關。</li> </ol>
周家慧	2010	台中市	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 綠色消費知識呈正向表現</li> <li>2. 在零用錢、家庭社經地位、接觸環保資訊、家庭生活環保程度等變項具有顯著差異。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 零用錢、家庭社經地位、接觸環保資訊、環保活動參與經驗、家庭生活環保程度等具有顯著差異。</li> <li>2. 綠色消費知識、態度與行為呈現顯著正相關。</li> </ol>
簡心怡	2013	花蓮市	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 綠色消費知識呈正向表現</li> <li>2. 在性別、父親教育程度、母親教育程度、家庭社經地位、家庭生活環保程度、有參與環保活動經驗、接觸環保資訊經驗等變項具有顯著差異。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 年級、父親教育程度、母親教育程度、家庭社經地位、家庭生活環保程度、有參與環保活動經驗、接觸環保資訊經驗等具有顯著差異。</li> <li>2. 綠色消費知識、態度與行為呈現顯著正相關。</li> </ol>
梁耀庭	2014	台北市	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 在性別、年級、零用錢、母親學歷等變項具有顯著差異。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 性別、年級、零用錢、母親學歷等具有顯著差異。</li> <li>2. 綠色消費知識與行為呈弱相關。</li> </ol>

資料來源：本研究整理

由於先前的研究僅針對部分地區國小學童進行調查，因此有必要針對其他地區之國小學童進行調查。本研究擬以雲林縣地區之國小學童為對象，分析其綠色消費知識與綠色消費行為之差異，接著探討兩者之間之影響，供作地區差異之比較參考。

## 第三章 研究設計

為使本研究更加嚴謹，分別就研究架構、研究假設、變數操作性定義、抽樣設計、問卷設計與調查等五方面進一步分析。

### 3.1 研究架構

根據文獻得知，以環境保護為理念的消費行為，可事先透過教育的方式，降低消費活動對環境造成的傷害（陳靜宜，2005）。因此，提高國小學童綠色的消費知識，與落實綠色消費行為對環境的未來發展影響深遠。先前的研究結果指出，不同背景變項之國小學童其綠色消費知識與綠色消費行為存在部分差異（車參賢，1995；李明相，2006等），且綠色消費知識對綠色消費行為之預測效果亦不盡相同（王懋雯，1997；李明相，2006；黃炫芬，2013等）。因此，探究當前國小學童的綠色消費知識的現況，並了解綠色消費行為之實踐情況與相關影響因素，即顯得非常重要。

基於上述論點，本研究首先以國小中、高年級學童背景變項與綠色消費知識來源為自變數，分別比較其綠色消費知識與綠色消費行為之差異。其次，探討父親與母親之環保意識、綠色消費知識與綠色消費行為之間的相關性。最後，以學童雙親之環保意識與主、客觀綠色消費知識為自變數，進行綠色消費行為之預測，並驗證主、客觀綠色消費知識是否具有中介效果。本研究之研究架構如圖 3.1 所示。

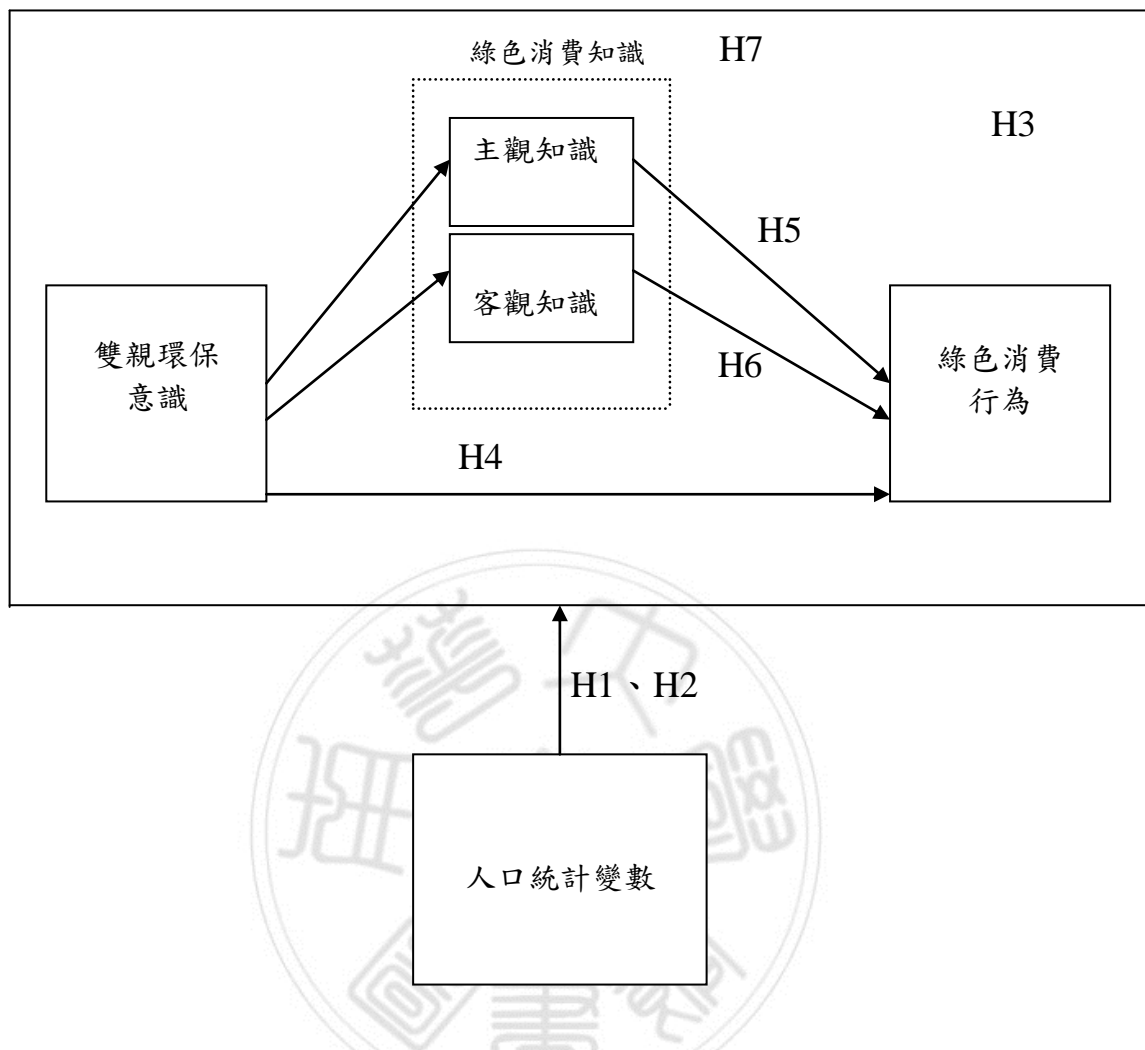


圖 3.1 研究架構與假設  
資料來源：本研究整理

### 3.2 變數之操作性定義

本研究主要之衡量變數為：國小學童之背景變項、綠色消費知識與綠色消費行為，其操作性定義分別說明如下。

#### 1. 學童背景變數

學童之背景變項包括人口統計變數、資訊接觸與活動參與情況與雙親



環保意識，茲分述如下：

- (1) 人口統計變數：包含性別、年級、父親教育程度、母親教育程度、父親職業種類、母親職業種類等六項。
- (2) 資訊接觸與活動參與情況：包括過去一年有無接觸環保資訊，以及資訊的來源；過去一年有無參加環保活動，以及參與的活動內容。
- (3) 雙親環保意識：是指學童之父、母親在日常生活中，對於環境保護的觀念與作為。

## 2. 綠色消費知識

Brucks (1985) 將產品知識分為客觀與主觀知識，定義為消費者儲存在記憶中 (客觀知識) 或消費者認定自己知曉的信念 (主觀知識)。因此，本研究將綠色消費知識分為主觀知識與客觀知識二部份，定義主觀綠色消費知識為國小中、高年級學童對自己了解綠色消費內涵的知覺程度。

在客觀綠色消費知識部份，綜合 Davis (1993)、柴松林 (1995)、董德波 (1999) 與李明相 (2006) 等學者之觀點，將客觀綠色消費知識區分為「拒用」、「減量」、「重複使用」與「資源回收」等 4R 原則。其定義如下：

- (1) 拒用：拒用的涵義為消費者基於環境保護之目的，拒絕購買或使用有害生態之產品。例如：塑膠袋及易造成空氣、河川、地下水污染之有毒化學製品等。
- (2) 減量：減量的含意是指消費者在購買前能仔細衡量自身的需求，儘可能減少不必要的消費，以及減少消費品的使用量，避免不必要的

浪費。

- (3) 重複使用：重複使用的含意在於使用耐久性佳或可修復的產品，避免使用一次性的便利品。或是報廢物品可捐贈他人繼續使用，不要任意的拋棄，例如衣物捐贈。
- (4) 資源回收：資源回收的意義是指選擇屬於再生材質製成的產品，作廢時可以將資源回收再利用。

### 3. 綠色消費行為

根據各家學者對於綠色消費行為的定義(呂正成1994;吳瓊斌,1997;陳靜宜,2005等),本研究認為綠色消費行為是指當消費者在進行消費時,能將環境保護的理念付諸實現於整個消費過程中。因此,本研究以4R原則將綠色消費行為分為:

- (1) 拒用行為：指受訪者在消費活動中，基於環境保護之目的，拒絕購買或使用有害生態之產品之實踐情形。例如：拒拿商家提供之塑膠袋，或拒買對環境造成污染的產品等。
- (2) 減量行為；指受訪者在消費活動前是否仔細衡量自身的需求，儘可能減少不必要的消費，以及減少消費品的使用量，避免不必要的浪費的實施情況。
- (3) 重複使用行為；指受訪者對於使用耐久性佳或可修復的產品，避免使用一次性的便利品。或是報廢物品可捐贈他人繼續使用，不要任意地拋棄的實行程度。
- (4) 資源回收行為：指受訪者對於選擇屬於再生材質製成的產品，作廢時可以將資源回收再利用之實施程度。

### 3.3 研究假設

本研究針對研究問題，提出下列之研究假設，做為統計驗證之依據。

#### H1、不同背景變項之學童其綠色消費知識無顯著差異。

H1.1 不同人口統計變數之學童其綠色消費知識無顯著差異。

H1.1.1 不同人口統計變數之學童其主觀綠色消費知識無顯著差異。

H1.1.2 不同人口統計變數之學童其客觀綠色消費知識無顯著差異。

H1.2、不同父母親環保意識之學童其綠色消費知識無顯著差異。

H1.2.1 不同父母親環保意識之學童其主觀綠色消費知識無顯著差異。

H1.2.2 不同父母親環保意識之學童其客觀綠色消費知識無顯著差異。

#### H2、不同背景變數之學童其綠色消費行為無顯著差異。

H2.1、不同人口統計變數之學童其綠色消費行為無顯著差異。

H2.2、不同父母親環保意識之學童其綠色消費行為無顯著差異。

H2.3、不同綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為無顯著差異。

H2.3.1 不同主觀綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為無顯著差異。

H2.3.2 不同客觀綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為無顯著差異。

#### H3、父母親環保意識、主觀綠色消費知識、客觀綠色消費知識與綠色消費行為無顯著相關。

H3.1、父母親環保意識與主觀綠色消費知識無顯著相關。

H3.2、父母親環保意識與客觀綠色消費知識無顯著相關。

H3.3、父母親環保意識與綠色消費行為無顯著相關。

H3.4、主觀綠色消費知識與綠色消費行為無顯著相關。

H3.5、客觀綠色消費知識與綠色消費行為無顯著相關。

- H4、父母親環保意識對綠色消費行為無顯著影響。
- H5、主觀綠色消費知識對綠色消費行為無顯著影響。
- H6、客觀綠色消費知識對綠色消費行為無顯著影響。
- H7、綠色消費知識在父母親環保意識對綠色消費行為之影響上無中介效果。

### 3.4 問卷設計

本研究問卷經相關文獻探討，初稿分為基本資料、雙親環保意識、主觀綠色消費知識、客觀綠色消費知識與綠色消費行為等五部份。茲分述如下：

#### 一. 基本資料

此部分主要在探討不同人口統計變數學童之雙親環保意識、綠色消費知識與綠色消費行為之差異，題項包含性別、年級、最近一年有無接觸環保資訊、最近一年有無參加環保活動、父母親教育程度與父母親職業等六項。

#### 二. 雙親環保意識

是指學童評估其父、母親在日常生活中，對於環境保護的觀念與作為。題項採用李克特(Likert)六點量表，評分方式由(1)非常不重視環保，(2)不重視環保，(3)有點不重視環保，(4)有點重視環保，(5)重視環保，(6)非常重視環保，依序給1~6分。

### 三. 主觀綠色消費知識

此部分問題主要在了解國小中、高年級學童對於綠色消費知識的自我知覺程度，題項參考修改自李明相(2006)之量表，採用李克特(Likert)五點量表，評分方式由(1)非常不同意，(2)不同意，(3)無意見，(4)同意，(5)非常同意，依序給1~5分，衡量題項參照表 3.1。

### 四、客觀綠色消費知識


此部分問題主要在了解國小中、高年級學童的綠色消費知識程度，根據 Davis (1993)、柴松林 (1995) 與董德波 (1999) 等學者之觀點，客觀綠色消費知識題項由「拒用」、「減量」、「重複使用」與「資源回收」等 4R 構面所組成，題項內容參酌修改自李明相 (2006) 之綠色消費知識量表，共 24 題單選題，計分方式為每答對 1 題得 1 分，滿分 24 分。衡量題項參照表 3.1

表 3.1 學童綠色消費知識衡量構面及題項表

變項	尺度	構面	問卷題項	題項參考來源
主觀綠色消費知識	李克特五點尺度		1. 我很清楚綠色消費的涵義。 2. 我知道我可以做哪些綠色消費的事情。 3. 我可以很清楚分辨再生紙與一般紙。 4. 我很清楚資源回收的種類。	李明相 (2006)
客觀綠色消費知識	單選題	拒用	1. 下列哪一項符合綠色消費的意義？ ① 購買外表綠色的產品 ② 儘量購買環保的產品並減少不必要的花費 ③ 儘量購買落後國家的產品以助其經濟發展 ④ 儘量購買來自世界各地的產品以利資源流通。 2. 下列哪一項不是環境保護行為？ ① 紙張雙面利用 ② 買綠色的東西 ③ 回收寶特瓶 ④ 拒用塑膠袋 3. 下列哪一種垃圾埋在土裡最不易分解？ ① 果皮 ② 麵包 ③ 舊報紙 ④ 塑膠袋 4. 過度使用資源會造成什麼嚴重後果？ ① 浪費金錢 ② 養成不良習慣 ③ 危害生態環境 ④ 沒有任何危害 5. 裝設太陽能熱水器的好處是什麼？ ① 省時 ② 省力 ③ 省瓦斯 ④ 省空間 6. 對於用野生動物的皮毛作衣物是什麼想法？ ① 省資源又賣好價錢 ② 殘害動物不環保 ③ 穿起來很舒服 ④ 野生、天然的最好	Davis (1993) 柴松林 (1995) 董德波 (1999) 李明相 (2006)
		減量	7. 下列哪種行為較符合環保理念？ ① 口渴時喝白開水 ② 購買包裝飲料 ③ 需要1000 c. c. 飲料時，挑選4瓶 250c. c. 的產品 ④ 以上皆是 8. 下列何者是台灣的環保標章？  ① ② ③ ④ 9. 汽機車應使用何種汽油較能減少空氣污染？ ① 無鉛汽油 ② 柴油 ③ 高級汽油 ④ 機油 10. 購買的產品包裝越多，代表越 ① 不健康 ② 不環保 ③ 環保 ④ 健康。 11. 有環保觀念的消費者，在購物時應該 ① 利用商店打折再大量採購 ② 不買不必要的東西 ③ 常和老闆殺價 ④ 大量購買便宜的產品。 12. 環保署限制使用塑膠袋及塑膠類免洗餐具的目的是什麼？ ① 讓消費者購物時可以少花一些錢 ② 減少垃圾量 ③ 希望消費者多用紙類餐具 ④ 提振台灣經濟	

資料來源：本研究整理

表 3.1 學童綠色消費知識衡量構面及題項表 (續)

變項	尺度	構面	問卷題項	題項參考來源
客觀綠色消費知識	單選題	重複使用	13. 下列哪一項不合乎綠色消費中的重複使用原則？①打折時瘋狂採購現在用不到的產品 ②舉辦跳蚤市場，為玩具找尋新的主人 ③買可更換筆心的筆 ④購物時自備購物袋 14. 綠色產品可能的特徵是什麼？①包裝精美的 ②比較便宜的 ③使用方便的 ④可重複使用的 15. 選購下列哪一種質料的衣服最符合綠色消費原則？①棉 ②皮 ③尼龍 ④絲 16. 外出吃飯時，使用下列哪一項餐具比較環保？①免洗筷 ②保麗龍碗 ③塑膠湯匙 ④鐵製餐盤 17. 處理還可以穿的舊衣服，下列哪一種方式比較不恰當？①當作家居服 ②丟到垃圾桶 ③捐給需要的人 ④給弟妹穿 18. 下列何者不是節約能源或資源的行為？①與好朋友交換玩具玩 ②使用免洗餐具 ③買紙時購買再生紙 ④多搭乘公共交通工具	Davis (1993) 柴松林 (1995) 董德波 (1999) 李明相 (2006)
		資源回收	19. 下列哪一種物品是不在資源回收的範圍內？①廢電池 ②寶特瓶 ③塑膠玩具 ④鐵鋁罐 20. 下列哪一種行為對拯救全球樹木有幫助？①買紙時買再生紙 ②買綠色的東西 ③回收寶特瓶 ④減少使用塑膠袋 21. 當產品包裝上出現  時，代表什麼意思？ ①該產品包裝可以回收 ②該產品為優良產品 ③該產品符合國家檢驗標準 ④食用該產品很安全 22. 垃圾分類最主要的目的是什麼？①避免蚊蟲孳生 ②美觀方便 ③資源回收再利用以減少汙染 ④回收品可增加收入 23. 喝完汽水後，鋁罐該如何處理最好？①直接丟到一般垃圾中 ②直接分類回收 ③壓扁後分類回收 ④上述三種方式都很好 24. 下列哪一項符合綠色環保消費的特色？①價格便宜 ②低汙染、可回收 ③包裝精美 ④方便實用	

資料來源：本研究整理

## 五. 綠色消費行為

此部份問題主要在探討國小中、高年級學童的綠色消費行為。本研究根據呂正成(1994)、吳瓊斌(1997)、陳靜宜(2005)、李明相(2006)與賴月雲(2006)等學者之觀點，將綠色消費行為分為拒用、減量、重複使用與資源回收等四個構面設計衡量題項。上述題項皆採用李克特(Likert)五點量表，評分方式由(1)非常不同意，(2)不同意，(3)無意見，(4)同意，(5)非常同意，依序給1~5分，衡量題項參照表3.2。

表 3.2 綠色消費行為衡量題項表

構面	尺度	問卷題項	題項參考來源
拒用	李克特五點尺度	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 購物前仔細思考自己是否真正需要這項產品。</li> <li>2. 購物時拒拿商店提供的塑膠袋。</li> <li>3. 買國外進口的產品。</li> <li>4. 拒絕使用會產生環境汙染的產品(如免洗餐具)。</li> <li>5. 外出飲食時，為了方便會使用免洗碗、筷、杯。</li> <li>6. 購買並使用立可帶而不買立可白。</li> <li>7. 購物時，拒絕購買包裝過多的產品(使用很多層塑膠袋、包裝紙、盒子等)。</li> </ol>	呂正成(1994) 吳瓊斌(1997) 陳靜宜(2005) 李明相(2006) 賴月雲(2006)
減量	李克特五點尺度	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. 看到商店打折或減價廣告時，會立即購買。</li> <li>9. 外出時，自行攜帶開水，少買罐裝或瓶裝飲料。</li> <li>10. 將紙張雙面利用或充分運用空白處。</li> <li>11. 選擇包裝精美或分層包裝的產品，以確保其品質。</li> <li>12. 在商店購買飲料時，會先打開冷藏櫃，再思考要買哪一種？</li> <li>13. 在洗手抹香皂時，會將水龍頭的水先關緊，再搓手。</li> <li>14. 為了環保，我選擇自己走路、騎腳踏車或搭公車上下學，少讓父母開車或騎機車接送。</li> </ol>	
重複使用	李克特五點尺度	<ol style="list-style-type: none"> <li>15. 將使用過的紙袋、包裝紙或塑膠袋重複使用。</li> <li>16. 利用發放的宣傳單，摺成垃圾收集袋，重複使用。</li> <li>17. 買紙或筆記本時，買再生紙製成的產品。</li> <li>18. 將自己的玩具或書借給別人或與他人分享。</li> <li>19. 選購可回收或可重複使用的容器所封裝的產品。</li> <li>20. 修理破損的衣物或故障的玩具，避免立即購買新產品。</li> <li>21. 將使用過的教科書及用過的衣物回收或捐出來給需要的人。</li> </ol>	

資料來源：本研究整理



表 3.2 綠色消費行為衡量題項表 (續)

構面	尺度	問卷題項	題項參考來源
資源回收	李克特五點尺度	22. 從事垃圾分類、資源回收及垃圾減量的工作 23. 將未吃完食物丟進垃圾桶。 24. 購買飲料時選瓶子好看的，不管瓶子的材質如何。 25. 在丟垃圾前，我會先做分類的工作。 26. 選擇購買可更換筆心或加墨水的筆。 27. 購買產品前會閱讀標示，看看它是否為可回收、低污染的環保產品。	呂正成 (1994) 吳瓊斌 (1997) 陳靜宜 (2005) 李明相 (2006) 賴月雲 (2006)

資料來源：本研究整理

## 六. 問卷前測

本研究藉由前測刪減題項及修改題項語意窒礙之處，並檢測問卷題項內容之適妥性、期能符合研究目的。前測共發放 70 份問卷，回收 63 份，有效問卷 55 份，有效回收率 78.5%。前測資料以項目分析、因素分析及信度分析，做為問卷刪減題項或修飾語意之依據，與檢測建構效度與內部一致性。

根據項目分析結果，本研究之綠色消費行為之題項均具鑑別度，保留全部題項進行因素分析。因素分析結果 KMO 值 0.858，表示適合因素分析，以主成份分析法共得七個因素構面，累積解說變異量達 61.526%。由於因素五題項僅有第 18、27 等二題，因素六題項僅有第 22 題，因素七題項僅有第 26 題，因素五、因素六與因素七題數太少予以刪除。因此保留四個因素構面，各因素特徵值均大於 1，累積解釋變異量 46.454%。各因素構面信度評量之 Cronbach's Alpha 均大於 0.7，總量表之 Cronbach's Alpha 值為 0.881，表示本量表之效度與內部一致性良好 (參照表 3.3)。

根據項目分析、因素分析及信度分析之結果，綠色消費行為量表最後保留 23 道題目到正式問卷中，題項重新編碼如表 3.4 所示。

表 3.3 因素分析與信度分析摘要表

變項	因素構面	題目數	題目編號	特徵值	解說變異量 (%)	累積解說總變異量 (%)	Cronbach's Alpha 值
綠色消費行為	綠色消費行為全部	23				46.454	0.881
	因素一	10	1、2、4、5、10、11、14、17、23、24	4.947	18.322	18.322	0.874
	因素二	5	16、19、20、21、25	2.890	10.703	29.025	0.734
	因素三	5	3、6、8、9、15	2.428	8.994	38.019	0.731
	因素四	3	7、12、13	2.277	8.435	46.454	0.709
綠色消費知識	主觀綠色消費知識	4	1、2、3、4				0.754

資料來源：本研究整理

主觀綠色消費知識題項之項目分析結果同樣具鑑別度，信度分析之 Cronbach's Alpha 值為 0.754，表示本量表之效度與內部一致性良好（參照表 3.3），題項均保留到正式問卷中，題項如表 3.4 所示。

表 3.4 綠色消費行為與主觀綠色消費知識正式題項表

項目	問卷題項
綠色消費行為	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 購物前仔細思考自己是否真正需要這項產品。</li> <li>2. 購物時拒拿商店提供的塑膠袋。</li> <li>3. 買國外進口的產品。</li> <li>4. 拒絕使用會產生環境汙染的產品（如免洗餐具）。</li> <li>5. 外出飲食時，為了方便會使用免洗碗、筷、杯。</li> <li>6. 購買並使用立可帶而不買立可白。</li> <li>7. 購物時，拒絕購買包裝過多的產品（使用很多層塑膠袋、包裝紙、盒子等）。</li> <li>8. 看到商店打折或減價廣告時，會立即購買。</li> <li>9. 外出時，自行攜帶開水，少買罐裝或瓶裝飲料。</li> <li>10. 將紙張雙面利用或充分運用空白處。</li> <li>11. 選擇包裝精美或分層包裝的產品，以確保其品質。</li> <li>12. 在商店購買飲料時，會先打開冷藏櫃，再思考要買哪一種？</li> <li>13. 在洗手抹香皂時，會將水龍頭的水先關緊，再搓手。</li> <li>14. 為了環保，我選擇自己走路、騎腳踏車或搭公車上下學，少讓父母開車或騎機車接送。</li> <li>15. 將使用過的紙袋、包裝紙或塑膠袋重複使用。</li> <li>16. 利用發放的宣傳單，摺成垃圾收集袋，重複使用。</li> <li>17. 買紙或筆記本時，買再生紙製成的產品。</li> <li>18. 選購可回收或可重複使用的容器所封裝的產品。</li> <li>19. 修理破損的衣物或故障的玩具，避免立即購買新產品。</li> <li>20. 將使用過的教科書及用過的衣物回收或捐出來給需要的人。</li> <li>21. 將未吃完食物丟進垃圾桶。</li> <li>22. 購買飲料時選瓶子好看的，不管瓶子的材質如何。</li> <li>23. 在丟垃圾前，我會先做分類的工作。</li> </ol>
主觀綠色消費知識	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 我很清楚綠色消費的涵義。</li> <li>2. 我知道我可以做哪些綠色消費的事情。</li> <li>3. 我可以很清楚分辨再生紙與一般紙。</li> <li>4. 我很清楚資源回收的種類。</li> </ol>

資料來源：本研究整理

### 3.5 抽樣方法

本研究之綠色消費行為量表共 23 題，樣本人數至少應達 230 份以上。本研究以台灣雲林縣地區之國小中、高年級學童為抽樣對象，中年級以四年為對象，高年級以六年級為對象。礙於資源之限制，以班級為單位

採取便利抽樣方式，共計抽取 10 個班級，包含四年級 4 班，六年級 6 班。為了提升施測品質與有效回收率，因此於各抽樣班級上課時間中讓學生集體答卷，並由施測人員逐條說明問卷題項之語意，以確保能讓學生真實反應個人意見。問卷發放期間從民國 103 年 9 月 10 日起至 103 年 11 月 10 日止，歷經 2 個月時間，發放 354 份問卷，回收 337 份，有效問卷 320 份，有效問卷回收率 95%。



## 第四章 實證結果與分析

本研究對蒐集之問卷資料經整理後，以 SPSS 統計分析軟體進行分析處理，並對各種分析結果加以解釋與討論。

### 4.1 樣本結構特徵

本研究調查對象為國小四、六年級學童，依據問卷調查資料顯示，受訪者當中男女各半，過去一年中大多有接觸環保資訊，但過去一年中大多無參加環保活動，父母教育程度多為高中職（含）以上，父親職業以工業占大多數，母親職業以商業占大多數，樣本分佈情形參照表 4.1。

由表 4.1 之樣本特徵可得知，受訪者中男女約各占半數，男性占 50.6%，女性占 49.4%；而在年級部分，六年級占 57.2% 為最多，四年級占 42.8%；過去一年中接觸環保資訊方面，有接觸者占 95.0%，無接觸者僅有 5.0%；至於過去一年中參加環保活動方面，無參加者占 72.2%，有參加者僅有 27.2%；在父親教育程度部分，則以高中職為最多，比例占 46.3%，其次為大專以上，比例為 43.1%，國中以下僅占 10.6%；而在母親教育程度部分，同樣以高中職為最多，比例占 49.7%，其次為大專以上，比例為 39.4%，國中以下僅占 11%。

在父母親的職業部分，父親以工業占大多數，比例為 49.7%，居次者為商業，比例 22.2%，農漁業為最少，比例僅占 2.8%；母親職業方面，各行業分佈較平均，以商業所占比例 30.6% 為最多，居次者為家庭主婦，比例 20.9%，第三為其他，比例占 20.3%，農漁業為最少，僅占 1.3%。

表 4.1 樣本結構表 (N=320)

變數名稱	組 別	樣本數	百分比 (%)
性別	1. 男	162	50.6
	2. 女	158	49.4
年級	1. 四年級	137	42.8
	2. 六年級	183	57.2
過去一年中有無接觸環保資訊	1. 無接觸	16	5.0
	2. 有接觸	304	95.0
過去一年中有無參加環保活動	1. 無參加	231	72.2
	2. 有參加	89	27.8
父親教育程度	1. 小學	7	2.2
	2. 國中	27	8.4
	3. 高中/高職	148	46.3
	4. 大專(含)以上	138	43.1
母親教育程度	1. 小學	7	2.2
	2. 國中	28	8.8
	3. 高中/高職	159	49.7
	4. 大專(含)以上	126	39.4
父親職業	1. 農漁業	9	2.8
	2. 工業	159	49.7
	3. 商業	71	22.2
	4. 軍公教	29	9.1
	5. 其他	52	16.3
母親職業	1. 農漁業	4	1.3
	2. 工業	57	17.8
	3. 商業	98	30.6
	4. 軍公教	29	9.1
	5. 家庭主婦	67	20.9
	6. 其他	65	20.3

資料來源：本研究整理

## 4.2 因素分析

本研究因素分析萃取方法採用主成分分析法，以最大變異法作正交轉軸，決策法則為各因素構面特徵值要大於 1，因素負荷量大於 0.4 者，且各因素構面題目要大於二題以上。綠色消費行為量表共 23 題，藉由因素分析方法，萃取出主要成份，供後續檢定之用。分析結果整理如表 4.2 所示。

表 4.2 綠色消費行為類型表

整體信度 $\alpha$ 值							0.871
因素內容		共同性	因素負荷量	特徵值	解釋變量 (%)	累積變異量 (%)	信度 $\alpha$ 值
拒用行為	4. 購物時拒拿商店提供的塑膠袋。	0.467	0.660	3.768	16.383	16.383	0.802
	5. 將使用過的紙袋、包裝袋或塑膠袋重複使用。	0.671	0.758				
	7. 利用發放的宣傳單，摺成垃圾收集袋重複使用。	0.490	0.626				
	13. 將紙張雙面利用或充分利用空白處。	0.445	0.543				
	14. 拒絕使用會產生環境污染的產品。	0.553	0.635				
	16. 買紙張或筆記本時，買再生紙製成的產品。	0.512	0.536				
減量行為	1. 購物前仔細思考自己是否真正需要這項產品。	0.481	0.601	3.559	15.476	31.859	0.831
	2. 從事垃圾分類、資源回收級垃圾減量的工作。	0.510	0.565				
	10. 外出時，自行攜帶開水，少買罐裝或瓶裝飲料。	0.504	0.519				
	11. 在丟垃圾前，我會先做分類工作。	0.579	0.549				
	17. 將自己的玩具或書借給別人或與他人分享。	0.536	0.623				
	21. 在洗手抹香皂時，會將水龍頭的水先關緊，再搓手。	0.517	0.715				
	22. 將使用過的教科書及用過的衣物回收或捐給需要的人。	0.566	0.575				
	23. 購物時，拒絕購買包裝過多的產品（使用很多層塑膠袋、包裝紙、盒子等）。	0.475	0.431				
節能行為	3. 將未吃完的食物丟進垃圾桶。	0.485	0.657	2.380	10.347	42.206	0.698
	6. 買國外進口的產品。	0.428	0.631				
	8. 看到商店打折或減價廣告時，會立即購買。	0.456	0.643				
	9. 購買飲料時選瓶子好看的，不管瓶子的材質如何。	0.553	0.730				
	15. 選擇包裝精美或分層包裝的產品，以確保其品質。	0.582	0.679				
重複使用行為	12. 選擇購買可更換筆心或加墨水的筆。	0.373	0.428	1.982	8.620	50.826	0.683
	18. 購買並使用立可帶而不買立可白。	0.560	0.707				
	19. 選購可回收或可重複使用的容器所封裝的產品。	0.566	0.457				
	20. 修理破損的衣物或故障的玩具，避免立即購買新產品。	0.517	0.593				

備註：KMO 值為 0.911，Bartlett 檢定  $P < 0.000$ 。

資料來源：本研究整理

由表 4.2 得知，因素分析的結果，KMO 值為 0.911，Bartlett 檢定  $P$  值為 0.000。經萃取得到四個因素構面，累積解釋變異量達到 50.826%，

且各題項之因素負荷量均達 0.4 以上，顯示本量表具有良好之效度。「因素一」所包含的衡量題項有 6 題，內容主要在測量受訪者進行消費購物時，是否拒用對環境污染嚴重的塑膠袋與產品，以及重複使用塑膠袋與紙張。因此，命名為「拒用行為」；「因素二」之題項有 8 題，內容包括購物前是否仔細思考自己真正的需求，減少消費量與垃圾量等因素。因此，命名為「減量行為」；「因素三」題項有 5 題，內容包含測量受訪者是否有浪費食物、購買過度講求精美包裝等過度耗用能源之產品等，所以命名為「節能行為」；「因素四」的題項有 4 題，內容則是測量受訪者是否購買可重複使用或修復等產品。因此，命名為「重複使用行為」。

為了檢測綠色消費行為各構面，以及主觀知識量表是否具有內部一致性，本研究以 Cronbach's Alpha 值來評量。Cronbach's Alpha 值若小於 0.35 為低信度，介於 0.35 至 0.70 之間表示尚可，若高於 0.70 者則為高信度。信度分析結果如表 4.3 所示。

表 4.3 信度分析摘要表

變項	因素構面	題目數	題目編號	Cronbach's Alpha 值
綠色消費行為	綠色消費行為全部	23		0.871
	拒用行為	6	4、5、7、13、14、16	0.802
	減量行為	8	1、2、10、11、17、21、22、23	0.831
	節能行為	5	3、6、8、9、15	0.698
	重複使用行為	4	12、18、19、20	0.683
主觀知識		4	1、2、3、4	0.756

資料來源：本研究整理

信度分析結果由表 4.3 得知，綠色消費行為「拒用行為」與「減量



行為」構面之 Cronbach's Alpha 值均達 0.8 以上，「節能行為」與「重複使用行為」構面之 Cronbach's Alpha 值略低於 0.7，但均在 0.68 以上，總量表亦達 0.871，顯示量表之內部一致性良好；主觀知識量表 Cronbach's Alpha 值為 0.756，達 0.7 以上，屬於高信度，量表之內部一致性良好；因此，整體而言，本問卷量表之內部一致性良好。

### 4.3 學童父、母親之環保意識概況

本研究將學童之父、母親環保意識之平均得分情況整理如表 4.4 所示。

父、母親之環保意識計分由 1~6 分，中間值為 3.5 分。由表 4.4 可得知，本研究之國小學童其父親環保意識，平均數 4.56 分，標準差 1.078 分，高於中間值，可見父親環保意識呈中立偏正向；母親環保意識方面，平均數 4.96 分，標準差 0.984 分，高於中間值，環保意識亦呈中立偏正向。另外，比較平均數可得知，學童母親之環保意識高於父親，表示母親在日常生活中的環保觀念與作為比父親良好。整體而言，學童雙親之環保意識尚稱良好。

表 4.4 學童父母親之環保意識概況

項 目	平均數	標準差
1.父親環保意識	4.56	1.078
2.母親環保意識	4.92	0.984
合 計	9.48	1.751

資料來源：本研究整理

#### 4.4 學童之綠色消費知識現況及差異分析

本研究針對學童其主、客觀綠色消費知識之分布，以及不同人口統計變數學童之綠色消費知識進行差異分析。

##### 4.4.1 學童之主、客觀綠色消費知識之分布

本研究將國小學童之主觀綠色消費知識，與客觀綠色消費知識量表之得分情況分述如下：

##### 一. 主觀綠色消費知識之分布

本研究之主觀綠色消費知識量表由4題構成，測量中、高年級學童其主觀認知的知識程度，其得分情況如表4.5所示。

表4.5 主觀綠色消費知識分布

項 目	平均數	標準差
1.很清楚什麼是綠色消費	4.09	0.884
2.知道現在可以做哪些有關綠色消費的事情	4.12	0.866
3.能分辨再生紙與一般紙張	3.97	1.023
4.很清楚目前資源回收的種類	4.31	0.828
主觀知識總分	16.50	2.746

資料來源：本研究整理

主觀綠色消費知識各題計分由 1~5 分，總分 4~20 分，中間值為 12 分。由表 4.5 可得知，本研究之國小中、高年級學童主觀綠色消費知識得分最小值 4 分，最大值 20 分，平均數 16.50 分，標準差 2.746 分，其主觀認知程度呈中立偏正向。另外，各題平均得分介於 3.97~4.31 分之間，其中以「很清楚目前資源回收的種類」得分最高，依序為「知道現在可以做哪些有關綠色消費的事情」、「很清楚什麼是綠色消費」、「能分

辨再生紙與一般紙張」。

## 二. 客觀綠色消費知識之分布

本研究之客觀綠色消費知識量表由24題所構成，其中「拒用知識」、「減量知識」、「重複使用知識」與「資源回收知識」各有6題，以測量中、高年級學童其客觀的知識程度。客觀綠色消費知識量表每題1分，只有填答正確答案才有計分，答錯不計分。因此，各項目得分最低0分，最高6分，中間值3分；總得分最低0分，最高24分，中間值12分。得分情況如表4.6所示。

表4.6 客觀綠色消費知識分布

項目	題目數	最小值	最大值	平均數	標準差
拒用知識	6	0	6	5.24	1.223
減量知識	6	1	6	4.89	1.210
重複使用知識	6	0	6	4.43	1.415
資源回收知識	6	0	6	4.67	1.338
客觀知識總分	6	2	24	19.23	4.332

資料來源：本研究整理

由表 4.6 可得知，本研究之國小中、高年級學童客觀綠色消費知識總得分最小值 2 分，最大值 24 分，平均數 19.23 分，標準差 4.332 分，其客觀知識程度高於中間值。另外，各項目平均得分介於 4.43~5.24 分之間，亦高於中間值，其中以「拒用知識」得分最高，其後依序為「減量知識」、「資源回收知識」與「重複使用知識」。

#### 4.4.2 不同背景變項之學童其主觀綠色消費知識差異分析

背景變項方面，檢定的類別有人口統計變數與父、母親之環保意識二類。

##### 一. 不同人口統計變數之學童其主觀綠色消費知識差異分析

在人口統計變數方面，檢定的類別有「性別」、「年級」、「最近一年有無接觸環保資訊」、「最近一年有無參加環保活動」、「父親教育程度」、「母親教育程度」、「父親職業」及「母親職業」等八類。由於「父親教育程度」與「母親教育程度」變項中之「小學」該組樣本太少，因此「父親教育程度」與「母親教育程度」變項重新編組，將「小學」併入「國中」，該組重新命名為「國中（含）以下」；「父親職業」變項中之「農漁業」該組樣本太少，因此「父親職業」變項重新編組，將「農漁業」併入「工業」，該組重新命名為「農工漁業」；「母親職業」變項中之「農漁業」該組樣本同樣太少，將「農漁業」併入「工業」，該組重新命名為「農工漁業」；另為簡化組別，「母親職業」變項中之「家庭主婦」併入「其他」，上述變更後之變項供後續檢定之用。主觀綠色知識差異分析檢定結果如表 4.7 所示。

由表 4.7 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，性別、年級、最近一年有無參加環保活動等變項之主觀綠色消費知識有顯著差異存在，茲說明如下：

- (1) 在性別方面，p 值為 0.000，達顯著水準。以平均數作比較，發現女性學童高於男性學童。
- (2) 在年級方面，p 值為 0.015，達顯著水準。以平均數作比較，發現四年級學童高於六年級學童。
- (3) 在最近一年有無參加環保活動方面，p 值為 0.010，達顯著水準。

以平均數作比較，發現最近一年有參加環保活動之學童，高於無參加環保活動之學童。

表 4.7 不同人口統計變數之學童其主觀綠色消費知識差異檢定表

變數名稱	組別	平均數	標準差	Levene 統計量	t 值	F 值	p 值	Scheff'e 檢定
性別	1. 男	3.9846	0.71892		-3.751		0.000***	
	2. 女	4.2675	0.62347					
年級	1. 四年級	4.2318	0.72927		2.452		0.015*	
	2. 六年級	4.0426	0.64417					
最近一年有無接觸環保資訊	1. 無	3.8594	0.65808		-1.583		0.114	
	2. 有	4.1378	0.68706					
最近一年有無參加環保活動	1. 無	4.0620	0.70689		-2.608		0.010*	
	2. 有	4.2837	0.60911					
父親教育程度	1. 國中(含)以下	4.0956	.55737	3.891*		0.245	0.783	
	2. 高中/高職	4.1030	.62197					
	3. 大專(含)以上	4.1558	.77848					
母親教育程度	1. 國中(含)以下	4.0643	.63692	3.847*		1.106	0.363	
	2. 高中/高職	4.0849	.61226					
	3. 大專(含)以上	4.1925	.78177					
父親職業	1. 農工漁業	4.1250	0.63811	1.444		1.228	0.300	
	2. 商業	4.1796	0.72356					
	3. 軍公教	3.9052	0.91225					
	4. 其他	4.1731	0.63697					
母親職業	1. 農工漁業	4.0328	0.62662	1.179		0.680	0.565	
	2. 商業	4.1020	0.76475					
	3. 軍公教	4.1897	0.65348					
	4. 其他	4.1705	0.66058					

備註：\*p 值 < 0.05，\*\*\*p 值 < 0.001

資料來源：本研究整理

根據上述分析之結果，本研究部份拒絕 H1.1.1。

## 二. 不同父母親環保意識之學童其主觀綠色消費知識差異分析

為探究父母親不同環保意識之學童其綠色消費知識之差異，本研究分別依據「父親環保意識」與「母親環保意識」得分結果，將學童分為兩組樣本進行比較。由於「父親環保意識」與「母親環保意識」計分方式採用六點量表，因此將此兩變項根據得分結果，4 分以上為「高環保意識」，3 分以下為「低環保意識」等二組樣本，作為後續檢定學童之主、客觀綠色消費知識差異之用。主觀綠色消費知識差異分析檢定結果如表 4.8 所示。

表 4.8 不同父母親環保意識之學童其主觀綠色消費知識差異檢定表

變數名稱	組別	平均數	標準差	t 值	p 值
父親環保意識	1. 高	4.1810	0.66154	-3.364	0.001**
	2. 低	3.8365	0.74571		
母親環保意識	1. 高	4.1448	0.67758	-1.859	0.064
	2. 低	3.8696	0.76452		

備註：\*\*p 值 < 0.01

資料來源：本研究整理

由表 4.8 可得知，在父親環保意識方面，p 值為 0.001，達顯著水準。以平均數作比較，發現父親具有高環保意識之學童其主觀知識程度高於父親低環保意識者。在母親環保意識方面，p 值未達顯著水準，表示無差異存在。因此，根據分析結果，部分拒絕 H1.2.1。

#### 4.4.3 不同背景變項之學童其客觀綠色消費知識差異分析

背景變項方面，檢定的類別有人口統計變數與父、母親之環保意識二類。

##### 一. 不同人口統計變數之學童其客觀綠色消費知識差異分析

在人口統計變數方面，檢定的類別有「性別」、「年級」、「最近一年有無接觸環保資訊」、「最近一年有無參加環保活動」、「父親教育程度」、「母親教育程度」、「父親職業」及「母親職業」等八類。茲分述如下：

##### 1. 不同性別之學童其客觀綠色消費知識差異分析

為瞭解不同性別之國小中、高年級學童其客觀綠色消費知識之差異，本研究以獨立樣本 t 檢定進一步分析，其結果整理如表 4.9 所示。

表 4.9 不同性別之學童其客觀綠色消費知識差異檢定表

性別 知識種類	男		女		t 值	p 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
拒用知識	5.12	1.279	5.37	1.153	-1.788	0.075
減量知識	4.74	1.274	5.04	1.125	-2.261	0.024*
重複使用知識	4.22	1.504	4.65	1.287	-2.744	0.006**
資源回收知識	4.49	1.484	4.84	1.148	-2.349	0.019*

備註：\* p 值 < 0.05，\*\* p 值 < 0.01

資料來源：本研究整理

由表 4.9 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同性別之受訪者在減量知識、重複使用知識及資源回收知識 p 值達顯著水準，顯示不同性別之受訪者在上述三種綠色消費知識有顯著差異存在，進一步比較平均數，發現女性受訪者皆高於男性受訪者。

## 2. 不同年級之學童其客觀綠色消費知識差異分析

為瞭解不同年級之國小學童其客觀綠色消費知識之差異，本研究以獨立樣本 t 檢定進一步分析，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同年級之受訪者之綠色消費知識無顯著差異存在。

## 3. 最近一年有無接觸環保資訊之學童其客觀綠色消費知識差異分析

為瞭解最近一年有無接觸環保資訊之學童其客觀綠色消費知識之差異，本研究以獨立樣本 t 檢定進一步分析，其結果整理如表 4.9 所示。

表 4.10 最近一年有無接觸環保資訊之學童其客觀綠色消費知識差異檢定表

知識種類	無		有		t 值	p 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
拒用知識	3.94	1.769	5.31	1.151	-3.075	0.007**
減量知識	4.06	1.914	4.93	1.150	-1.805	0.090
重複使用知識	3.63	1.928	4.48	1.374	-1.745	0.100
資源回收知識	3.50	2.129	4.73	1.259	-2.284	0.037*

備註：\*p 值 < 0.05，\*\*p 值 < 0.01

資料來源：本研究整理

由表 4.10 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，最近一年有無接觸環保資訊之受訪者在拒用知識及資源回收知識 p 值達顯著水準，顯示有差異存在。進一步比較平均數，結果發現最近一年有接觸環保資訊之受訪者在此二種綠色消費知識皆比無接觸環保資訊之受訪者高，顯示接觸環保資訊會提高知識水準。

## 4. 最近一年有無參加環保活動之學童其客觀綠色消費知識差異分析



為瞭解最近一年有無參加環保活動之學童其客觀綠色消費知識之差異，本研究以獨立樣本 t 檢定進一步分析，其結果整理如表 4.11 所示。

表 4.11 最近一年有無參加環保活動之學童其客觀綠色消費知識差異檢定表

知識種類	無		有		t 值	p 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
拒用知識	5.16	1.268	5.45	1.077	-2.016	0.045*
減量知識	4.80	1.224	5.12	1.146	-2.150	0.032*
重複使用知識	4.35	1.446	4.65	1.315	-1.711	0.088
資源回收知識	4.62	1.406	4.79	1.143	-1.099	0.273

備註：\*p 值 < 0.05

資料來源：本研究整理

由表 4.11 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，最近一年有無參加環保活動之受訪者在拒用知識 p 值為 0.045，達顯著水準；在減量知識 p 值為 0.032，達顯著水準，結果顯示最近一年有無參加環保活動之受訪者在此兩項知識有差異存在。進一步以平均數作比較，發現有參與活動之學童高於無參加之學童。

## 5. 不同父親教育程度之學童其客觀綠色消費知識之差異分析

為瞭解不同父親教育程度之學童其客觀綠色消費知識之差異，本研究以單因子變異數分析及 Scheffé 多重比較檢定方式進一步分析。在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同父親教育程度之受訪者其客觀綠色消費知識無顯著差異存在。

## 6. 不同母親教育程度之學童其客觀綠色消費知識之差異分析

為瞭解不同母親教育程度之學童其客觀綠色消費知識之差異，本研究以單因子變異數分析及 Scheff'e 多重比較檢定方式進一步分析。在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同母親教育程度之受訪者其客觀綠色消費知識無顯著差異存在。

#### 7. 不同父親職業之學童其客觀綠色消費知識之差異分析

為瞭解不同父親職業之學童其客觀綠色消費知識之差異，本研究以單因子變異數分析及 Scheff'e 多重比較檢定方式進一步分析。在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同父親職業之受訪者其客觀綠色消費知識無顯著差異存在。

#### 8. 不同母親職業之學童其客觀綠色消費知識之差異分析

為瞭解不同母親職業之學童其客觀綠色消費知識之差異，本研究以單因子變異數分析及 Scheff'e 多重比較檢定方式進一步分析。在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同母親職業之受訪者其客觀綠色消費知識無顯著差異存在。

根據上述分析之結果，本研究部分拒絕 H1.1.2。

### 二. 不同父母親環保意識之學童其客觀綠色消費知識差異分析

為瞭解不同父母親環保意識之學童其客觀綠色消費知識之差異，本研究以獨立樣本 t 檢定進一步分析。在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同父母親環保意識之受訪者其客觀綠色消費知識無顯著差異存在。因此本研究不拒絕 H1.2.2。

## 4.5 學童之綠色消費行為現況及差異分析

為了解國小中、高年級之綠色消費行為現況，即不同背景變項之行為差異，本研究進一步探討綠色消費行為分布，以及差異分析。

### 4.5.1 學童之綠色消費行為分布

學童之綠色消費行為經因素分析共萃取四個構面，表現最佳之行為構面為「減量行為」(平均數為 3.775)，其後依序為「節能行為」(平均數為 3.72)、「重複使用行為」(平均數為 3.673)與「拒用行為」(平均數為 3.592)，整體而言，學童綠色消費行為呈正向反應，顯示學童在綠色消費之行為表現尚稱良好。各構面內容分布情況分述如下：

#### 1. 拒用行為分布

「拒用行為」構面衡量題項共 6 題，每題得分 1~5 分，構面總分 6~30 分，中間值 18 分。由表 4.12 可得知，拒用行為平均數為 21.55 分，標準差 5.220，大於中間值。整體而言，受訪者之拒用行為呈正向反應。比較各題平均數可發現，其中以「紙張的充分利用」表現最佳，其後依序為「紙袋、包裝紙、塑膠袋之再使用」、「拒絕使用會污染環境之產品」、「宣傳單之再利用」、「使用再生紙之製品」，「拒拿商店塑膠袋」表現較差。

#### 2. 減量行為分布

「減量行為」構面衡量題項共 8 題，每題得分 1~5 分，構面總分 8~40 分，中間值 24 分。由表 4.12 可得知，減量行為平均數為 30.20 分，標準差 6.137，大於中間值。整體而言，受訪者之減量行為呈正向反應。由各題平均數可發現，其中以「手抹香皂時先關水再搓手」表現最佳，其

後依序為「垃圾分類、資源回收、垃圾減量」、「丟垃圾前先分類」、「購物前仔細思考真正需求」、「自行攜帶飲用水而少買瓶裝或罐裝飲料」、「將玩具或書借給別人或分享」、「書籍及衣物回收或捐出」，「拒買包裝過多之產品」表現較差。

### 3. 節能行為分布

「節能行為」構面衡量題項共 5 題，每題得分 1~5 分，構面總分 5~25 分，中間值 15 分。由表 4.12 可得知，節能行為平均數 18.60 分，標準差 3.885，大於中間值。整體而言，受訪者之節能行為呈正向反應。其中以「不會在買飲料時選瓶子好看的，而不管材質如何」表現最佳，其後依序為「不會將未吃完的食物丟垃圾桶」、「不會立即購買打折或減價品」、「不會買國外進口的產品」，「不會選擇包裝精美或分層包裝的產品」表現較差。

### 4. 重複使用行為分布

「重複使用行為」構面衡量題項共 4 題，每題得分 1~5 分，構面總分 4~20 分，中間值 12 分。由表 4.12 可得知，重複使用行為平均數 14.69 分，標準差 3.562，大於中間值。整體而言，受訪者之重複使用行為呈正向反應。其中以「購買使用立可帶而不買立可白」表現最佳，其後依序為「選購可更換筆心或加墨水的筆」、「選擇可回收或重複使用的容器所封裝的產品」，「修理破損的衣物或故障的玩具，避免立即購買新產品」表現較差。

表 4.12 綠色消費行為分布

構面	題 項	平均數	標準差
拒用行為	拒用行為全部	21.55	5.220
	4. 購物時拒拿商店提供的塑膠袋。	3.21	1.339
	5. 將使用過的紙袋、包裝袋或塑膠袋重複使用。	3.92	1.184
	7. 利用發放的宣傳單，摺成垃圾收集袋重複使用。	3.48	1.390
	13. 將紙張雙面利用或充分利用空白處。	4.05	1.048
	14. 拒絕使用會產生環境污染的產品。	3.53	1.190
	16. 買紙張或筆記本時，買再生紙製成的產品。	3.35	1.181
減量行為	減量行為全部	30.20	6.137
	1. 購物前仔細思考自己是否真正需要這項產品。	3.90	0.991
	2. 從事垃圾分類、資源回收級垃圾減量的工作。	3.95	0.951
	10. 外出時，自行攜帶開水，少買罐裝或瓶裝飲料。	3.81	1.206
	11. 在丟垃圾前，我會先做分類工作。	3.94	1.044
	17. 將自己的玩具或書借給別人或與他人分享。	3.72	1.116
	21. 在洗手抹香皂時，會將水龍頭的水先關緊，再搓手。	3.99	1.134
	22. 將使用過的教科書及用過的衣物回收或捐給需要的人。	3.55	1.258
節能行為	23. 購物時，拒絕購買包裝過多的產品（使用很多層塑膠袋、包裝紙、盒子等）。	3.34	1.322
	節能行為全部	18.60	3.885
	3. 將未吃完的食物丟進垃圾桶。	3.87	1.121
	6. 買國外進口的產品。	3.44	1.127
	8. 看到商店打折或減價廣告時，會立即購買。	3.81	1.064
	9. 購買飲料時選瓶子好看的，不管瓶子的材質如何。	4.06	1.189
重複使用行為	15. 選擇包裝精美或分層包裝的產品，以確保其品質。	3.41	1.264
	重複使用行為全部	14.69	3.562
	12. 選擇購買可更換筆心或加墨水的筆。	3.76	1.222
	18. 購買並使用立可帶而不買立可白。	3.85	1.342
	19. 選購可回收或可重複使用的容器所封裝的產品。	3.67	1.148
	20. 修理破損的衣物或故障的玩具，避免立即購買新產品。	3.41	1.254

資料來源：本研究整理

#### 4.5.2 不同背景變項之學童其綠色消費行為差異分析

背景變項方面，檢定的類別有人口統計變數與父、母親之環保意識二類。

##### 一. 不同人口統計變數之學童其綠色消費行為差異分析

在人口統計變數方面，檢定的類別有「性別」、「年級」、「最近一年

有無接觸環保資訊」、「最近一年有無參加環保活動」、「父親教育程度」、「母親教育程度」、「父親職業」及「母親職業」等八類。茲分述如下：

### 1. 不同性別之學童其綠色消費行為差異分析

為瞭解不同性別之學童其綠色消費行為之差異，本研究以獨立樣本 t 檢定進一步分析，其結果整理如表 4.13 所示。

表 4.13 不同性別之學童其綠色消費行為差異檢定表

性別 行為種類	男		女		t 值	p 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
拒用行為	3.4136	0.89824	3.7728	0.80489	-3.758	0.000***
減量行為	3.6458	0.77698	3.9116	0.73656	-3.134	0.002**
節能行為	3.7012	0.81759	3.7452	0.73366	-0.505	0.614
重複使用行為	3.5262	0.95130	3.8296	0.79715	-3.091	0.002**

備註：\*\*p 值 < 0.01，\*\*\*p 值 < 0.001

資料來源：本研究整理

由表 4.13 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同性別之受訪者在拒用行為、減量行為及重複使用行為等構面 p 值均達顯著水準，顯示有顯著差異存在，茲分別說明如下：

- (1) 在拒用行為方面，p 值為 0.000 達顯著水準，表示不同性別之受訪者有差異存在。以平均數作比較，發現女性學童高於男性學童，顯示女性學童較重視拒用塑膠袋、紙張與對環境污染之產品等環境保護行為。
- (2) 在減量行為方面，p 值為 0.002 達顯著水準，表示不同性別之受訪

者有差異存在，以平均數作比較，發現女性學童同樣高於男性學童，顯示女性學童較重視消費減量與垃圾減量等環保行為。

(3) 在重複使用行為方面，p 值為 0.002 達顯著水準，表示不同性別之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現女性學童同樣高於男性學童，顯示女性學童較重視能重複使用或修復商品等環保行為。

## 2. 不同年級之學童其綠色消費行為差異分析

為瞭解不同年級之學童其綠色消費行為之差異，本研究以獨立樣本 t 檢定進一步分析，其結果整理如表 4.14 所示。

表 4.14 不同年級之學童其綠色消費行為差異檢定表

年級 行為種類	四年級		六年級		t 值	p 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
拒用行為	3.7944	0.86159	3.4368	0.84847	3.701	0.000***
減量行為	3.9808	0.73200	3.6229	0.76012	4.229	0.000***
節能行為	3.8818	0.73946	3.6033	0.78423	3.217	0.001**
重複使用行為	3.7555	0.89498	3.6154	0.88481	1.393	0.165

備註：\*\* p 值 < 0.01，\*\*\* p 值 < 0.001

資料來源：本研究整理

由表 4.14 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同年級之受訪者在拒用行為、減量行為及節能行為等構面 p 值均達顯著水準，顯示有顯著差異存在，茲分別說明如下：

(1) 在拒用行為方面，p 值為 0.000 達顯著水準，表示不同年級之受訪者有差異存在。以平均數作比較，發現四年級學童高於六年級學童，顯示四年級學童較重視拒用塑膠袋、紙張與對環境污染之產品等環

境保護行為。

(2) 在減量行為方面，p 值為 0.000 達顯著水準，表示不同年級之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現四年級學童同樣高於六年級學童，顯示四年級學童較重視消費減量與垃圾減量等環保行為。

(3) 在節能行為方面，p 值為 0.001 達顯著水準，表示不同年級之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現四年級學童同樣高於六年級學童，顯示四年級學童較重視減少浪費與購買過度耗用能源之商品等環保行為。

### 3. 最近一年有無接觸環保資訊之學童其綠色消費行為差異分析

為瞭解最近一年有無接觸環保資訊之學童其綠色消費行為之差異，本研究以獨立樣本 t 檢定進一步分析，其結果整理如表 4.15 所示。

表 4.15 最近一年有無接觸環保資訊之學童其綠色消費行為差異檢定表

行為種類	無		有		t 值	p 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
拒用行為	3.0729	0.94471	3.6177	0.86000	-2.458	0.015*
減量行為	3.2891	0.82755	3.8024	0.75727	-2.631	0.009*
節能行為	3.6875	0.77964	3.7248	0.77759	-0.187	0.852
重複使用行為	3.2344	1.15639	3.6988	0.87047	-2.043	0.042*

備註：\*p 值 < 0.05

資料來源：本研究整理

由表 4.15 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，最近一年有無接觸環保資訊之受訪者在拒用行為、減量行為及重複使用行為等構面 p 值均



達顯著水準，顯示有顯著差異存在，茲分別說明如下：

- (1) 在拒用行為方面，p 值為 0.015 達顯著水準，表示最近一年有無接觸環保資訊之受訪者有差異存在。以平均數作比較，發現最近一年有接觸環保資訊之學童高於無接觸資訊之學童，顯示有接觸資訊之學童較重視拒用塑膠袋、紙張與對環境污染產品等環境保護行為。
- (2) 在減量行為方面，p 值為 0.009 達顯著水準，表示最近一年有無接觸環保資訊之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現最近一年有接觸環保資訊之學童同樣高於無接觸資訊之學童，顯示有接觸資訊之學童較重視消費減量與垃圾減量等環保行為。
- (3) 在重複使用行為方面，p 值為 0.042 達顯著水準，表示最近一年有無接觸環保資訊之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現最近一年有接觸環保資訊之學童同樣高於無接觸資訊之學童，顯示有接觸資訊之學童較重視能重複使用或修復商品等環保行為。

#### 4. 最近一年有無參加環保活動之學童其綠色消費行為差異分析

為瞭解最近一年有無參加環保活動之學童其綠色消費行為之差異，本研究以獨立樣本 t 檢定進一步分析，其結果整理如表 4.16 所示。

由表 4.16 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，最近一年有無參加環保活動之受訪者在拒用行為、減量行為及重複使用行為等構面 p 值均達顯著水準，顯示有顯著差異存在，茲分別說明如下：

- (1) 在拒用行為方面，p 值為 0.000 達顯著水準，表示最近一年有無參加環保活動之受訪者有差異存在。以平均數作比較，發現最近一年有參加環保活動之學童高於無參加活動之學童，顯示有參加活動之學童較重視拒用塑膠袋、紙張與對環境污染產品等環境保護行為。

(2) 在減量行為方面，p 值為 0.000 達顯著水準，表示最近一年有無接參加保活動之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現最近一年有參加環保活動之學童同樣高於無參加活動之學童，顯示有參加活動之學童較重視消費減量與垃圾減量等環保行為。

(3) 在重複使用行為方面，p 值為 0.004 達顯著水準，表示最近一年有無參加環保活動之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現最近一年有參加環保活動之學童同樣高於無參加活動之學童，顯示有參加活動之學童較重視能重複使用或修復商品等環保行為。

表 4.16 最近一年有無參加環保活動之學童其綠色消費行為差異檢定表

行為種類	無		有		t 值	p 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
拒用行為	3.4804	0.84668	3.8670	0.86936	-3.630	0.000***
減量行為	3.6739	0.80395	4.0225	0.58798	-4.260	0.000***
節能行為	3.6930	0.77552	3.7753	0.77449	-0.850	0.396
重複使用行為	3.5848	0.88528	3.9017	0.87306	-2.879	0.004**

備註：\*\*p 值 < 0.01，\*\*\*p 值 < 0.001

資料來源：本研究整理

## 5. 不同父親教育程度之學童其綠色消費行為之差異分析

為瞭解不同父親教育程度之學童其綠色消費行為之差異，本研究以單因子變異數分析及 Scheff'e 多重比較檢定方式進一步分析。在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同父親教育程度之受訪者其綠色消費行為無顯著差異存在。

## 6. 不同母親教育程度之學童其綠色消費行為之差異分析

為瞭解不同母親教育程度之學童其綠色消費行為之差異，本研究以單因子變異數分析及 Scheff'e 多重比較檢定方式進一步分析。在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同母親教育程度之受訪者其綠色消費行為無顯著差異存在。

## 7. 不同父親職業之學童其綠色消費行為之差異分析

為瞭解之不同父親職業之學童其綠色消費行為之差異，本研究以單因子變異數分析及 Scheff'e 多重比較檢定方式進一步分析。在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同父親職業之受訪者其綠色消費行為無顯著差異存在。

## 8. 不同母親職業之學童其綠色消費行為之差異分析

為瞭解不同母親職業之學童其綠色消費行為之差異，本研究以單因子變異數分析及 Scheff'e 多重比較檢定方式進一步分析，其結果整理如表 4.17 所示。

由表 4.17 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同母親職業之受訪者在減量行為構面有顯著差異存在，進一步以 Scheff'e 法多重比較檢定，結果發現母親職業為「其他」之學童比母親職業為「商業」之學童，在消費減量與垃圾減量等環保行為表現較佳。

表 4.17 不同母親職業之學童其綠色消費行為差異檢定表

行為種類	職業種類	平均數	Levene 統計量	F 值	p 值	Scheff'e 檢定
拒用行為	1. 農漁工業	3.4508	0.416	2.124	0.097	
	2. 商業	3.4915				
	3. 軍公教	3.8218				
	4. 其他	3.6806				
減量行為	1. 農漁工業	3.6578	1.539	3.949	0.009**	(4) > (2)
	2. 商業	3.6135				
	3. 軍公教	3.9741				
	4. 其他	3.9053				
節能行為	1. 農漁工業	3.6721	0.463	.403	0.751	
	2. 商業	3.7714				
	3. 軍公教	3.8000				
	4. 其他	3.6864				
重複使用 行為	1. 農漁工業	3.5164	1.211	1.220	0.302	
	2. 商業	3.6276				
	3. 軍公教	3.7586				
	4. 其他	3.7595				

備註：\*\* p 值 < 0.01

資料來源：本研究整理

綜合上述不同人口統計變數之學童其綠色消費行為差異分析結果，本研究部份拒絕 H2.1。

## 二. 不同父母親環保意識之學童其綠色消費行為差異分析

為瞭解之不同父、母親環保意識之國小中、高年級學童，其綠色消費行為之差異，本研究以獨立樣本 t 檢定進一步分析，其結果分述如下。

### 1. 不同父親環保意識之學童其綠色消費行為差異分析

不同父親環保意識之學童其綠色消費行為差異分析，其結果如表 4.18

所示。

表 4.18 不同父親環保意識之學童其綠色消費行為差異檢定表

行為種類	低		高		t 值	p 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
拒用行為	3.1987	0.86069	3.6679	0.85252	-3.626	0.000***
減量行為	3.4279	0.84611	3.8424	0.73374	-3.633	0.000***
節能行為	3.8731	0.72710	3.6903	0.78415	1.556	0.121
重複使用行為	3.4904	0.97388	3.7080	0.87107	-1.617	0.107

備註：\*\*\*p 值 < 0.001

資料來源：本研究整理

由表 4.18 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同父親環保意識之受訪者在拒用行為與減量行為等構面 p 值均達顯著水準，顯示有顯著差異存在，茲分別說明如下：

- (1) 在拒用行為方面，p 值為 0.000 達顯著水準，表示不同父親環保意識之受訪者有差異存在。以平均數作比較，發現父親高環保意識之學童高於父親低環保意識之學童，顯示父親高環保意識之學童較重視拒用塑膠袋、紙張與對環境污染之產品等環境保護行為。
- (2) 在減量行為方面，p 值為 0.000 達顯著水準，表示不同父親環保意識之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現父親高環保意識之學童同樣高於父親低環保意識之學童，顯示父親高環保意識之學童較重視消費減量與垃圾減量等環保行為。

## 2. 不同母親環保意識之學童其綠色消費行為差異分析

不同母親環保意識之學童其綠色消費行為之差異，其結果整理如表

4.19 所示。

表 4.19 不同母親環保意識之學童其綠色消費行為差異檢定表

行為種類	低		高		t 值	p 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
拒用行為	3.1304	0.99615	3.6274	0.85091	-2.664	0.008**
減量行為	3.3098	0.87001	3.8110	0.74825	-3.058	0.002**
節能行為	3.8609	0.81002	3.7091	0.77474	0.902	0.368
重複使用行為	3.2391	1.03209	3.7062	0.87172	-2.442	0.015*

備註：\*p 值 < 0.05，\*\*p 值 < 0.01

資料來源：本研究整理

由表 4.19 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同母親環保意識之受訪者在拒用行為、減量行為及重複使用行為等構面 p 值均達顯著水準，顯示有顯著差異存在，茲分別說明如下：

- (1) 在拒用行為方面，p 值為 0.008 達顯著水準，表示不同母親環保意識之受訪者有差異存在。以平均數作比較，發現母親高環保意識之學童高於母親低環保意識之學童，顯示母親高環保意識之學童較重視拒用塑膠袋、紙張與對環境污染之產品等環境保護行為。
- (2) 在減量行為方面，p 值為 0.002 達顯著水準，表示不同母親環保意識之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現母親高環保意識之學童同樣高於母親低環保意識之學童，顯示母親高環保意識之學童較重視消費減量與垃圾減量等環保行為。
- (3) 在重複使用行為方面，p 值為 0.015 達顯著水準，表示不同母親環保意識之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現母親高環保意識之學童同樣高於母親低環保意識之學童，顯示母親高環保意識之

學童較重視能重複使用或修復商品等環保行為。

根據上述分析之結果，本研究部分拒絕 H2.2。

### 三. 不同綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為差異分析

為了解學童其綠色消費知識之高低程度，在綠色消費行為之差異，本研究分別依主觀綠色消費知識程度與客觀綠色消費知識程度進行綠色消費行為差異分析。

#### 1. 不同主觀綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為差異分析

本研究依「主觀綠色消費知識」總得分情況，將前 27% 樣本歸類為「高主觀綠色消費知識」組，後 27% 樣本歸類為「低主觀綠色消費知識」組，以此兩組樣本進行綠色消費行為差異分析。分析結果如表 4.20 所示。

表 4.20 不同主觀綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為差異檢定表

主觀知識程度 行為種類	低		高		t 值	p 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
拒用行為	3.1936	0.79121	3.9948	0.75436	-9.269	0.000***
減量行為	3.3711	0.70978	4.1840	0.58610	-11.176	0.000***
節能行為	3.6360	0.72900	3.8050	0.81627	-1.954	0.052
重複使用行為	3.3835	0.84596	3.9654	0.83981	-6.174	0.000***

備註：\*\*\* p 值 < 0.001

資料來源：本研究整理

由表 4.20 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同主觀綠色消費

知識程度之受訪者在拒用行為、減量行為及重複使用行為等構面 p 值均達顯著水準，顯示有顯著差異存在，茲分別說明如下：

- (1) 在拒用行為方面，p 值為 0.000 達顯著水準，表示不同主觀綠色消費知識程度之受訪者有差異存在。以平均數作比較，發現高主觀知識程度之學童高於低主觀知識之學童，顯示高主觀知識程度之學童較重視拒用塑膠袋、紙張與對環境污染之產品等環境保護行為。
- (2) 在減量行為方面，p 值為 0.000 達顯著水準，表示不同主觀綠色消費知識程度之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現高主觀知識程度之學童高於低主觀知識程度之學童，顯示高主觀知識程度之學童較重視消費減量與垃圾減量等環保行為。
- (3) 在重複使用行為方面，p 值為 0.000 達顯著水準，表示不同主觀綠色消費知識程度之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現高主觀知識程度之學童高於低主觀知識程度之學童，顯示高主觀知識程度之學童較重視能重複使用或修復商品等環保行為。

根據差異分析之結果，本研究部份拒絕 H2.3.1。

## 2. 不同客觀綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為差異分析

本研究依據「客觀綠色消費知識」總得分之結果，將得分在前 27% 之樣本歸類為「高客觀綠色消費知識」組，得分在後 27% 之樣本歸類為「低客觀綠色消費知識」組，以此兩組樣本進行綠色消費行為之差異分析，藉此了解不同客觀綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為是否具有差異。分析結果如表 4.21 所示



表 4.21 不同客觀綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為  
差異檢定表

客觀知識 程度 行為種類	低		高		t 值	p 值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
拒用行為	3.4235	0.91592	3.7373	0.81253	-2.804	0.005**
減量行為	3.6516	0.88436	3.8496	0.66094	-1.968	0.050*
節能行為	3.5918	0.83256	3.8085	0.74531	-2.122	0.035*
重複使用行為	3.4221	0.93822	3.9025	0.73890	-4.415	0.000***

備註：\* p 值 < 0.05，\*\* p 值 < 0.01，\*\*\* p 值 < 0.001

資料來源：本研究整理

由表 4.21 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，不同客觀綠色消費知識程度之受訪者在拒用行為及節能行為構面 p 值均達顯著水準，顯示有顯著差異存在，茲分別說明如下：

- (1) 在拒用行為方面，p 值為 0.005 達顯著水準，表示不同客觀綠色消費知識程度之受訪者有差異存在。以平均數作比較，發現高客觀知識程度之學童高於低客觀知識之學童，顯示高客觀知識程度之學童較重視拒用塑膠袋、紙張與對環境污染之產品等環境保護行為。
- (2) 在減量行為方面，p 值為 0.05 達顯著水準，表示不同客觀綠色消費知識程度之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現高客觀知識程度之學童高於低客觀知識之學童，顯示高客觀知識程度之學童較重視消費減量與垃圾減量等環保行為。
- (3) 在節能行為方面，p 值為 0.035 達顯著水準，表示不同客觀綠色消費知識程度之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現高客觀知識程度之學童高於低客觀知識之學童，顯示高客觀知識程度之學童較重視減少浪費與購買過度耗用能源之商品等環保行為。

(4) 在重複使用行為方面，p 值為 0.000 達顯著水準，表示不同客觀綠色消費知識程度之受訪者有差異存在，以平均數作比較，發現高客觀知識程度之學童高於低客觀知識程度之學童，顯示高客觀知識程度之學童較重視能重複使用或修復商品等環保行為。

根據差異分析之結果，本研究拒絕 H2.3.2。

#### 4.6 父母親環保意識、主觀綠色消費知識、客觀綠色消費知識與綠色消費行為之相關分析

本研究認為國小學童的綠色消費知識除了受到學校的教育影響之外，亦深受父母親的環保意識所影響。為了解父母親環保意識、主觀綠色消費知識、客觀綠色消費知識與綠色消費行為之關係，本研究以皮爾森積差相關 (Pearson correlation) 分析變數之間的相關性，檢定結果如表 4.22 所示。

表 4.22 父母親環保意識、主觀綠色消費知識、客觀綠色消費知識與綠色消費行為之相關檢定表

變數	父母親環保意識	主觀綠色消費知識	客觀綠色消費知識	綠色消費行為
父母親環保意識	1			
主觀綠色消費知識	0.345**	1		
客觀綠色消費知識	-0.038	0.130*	1	
綠色消費行為	0.337**	0.556**	0.263**	1

備註：\* p<0.05，\*\* p 值<0.01

資料來源：本研究整理

由表 4.22 可得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，學童父母親的環保意識的與主觀綠色消費知識與呈顯著正相關 ( $r=0.345^{**}$ )，與綠色消費行為呈顯著正相關 ( $r=0.337^{**}$ )。顯示父母親的環保意識越高，學童的主觀綠色消費知識越高，對綠色消費行為越有正面影響。根據分析結果，本研究拒絕 H3.1、H3.3，不拒絕 H3.2。

主觀綠色消費知識與綠色消費行為呈顯著正相關 ( $r=0.556^{**}$ )，客觀綠色消費知識與綠色消費行為亦呈顯著正相關 ( $r=0.263^{**}$ )。顯示學童的主、客觀綠色消費知識程度越高，對綠色消費行為越有正面之影響。因此根據分析結果，本研究拒絕 H3.4 與 H3.5。

#### 4.7 父母親環保意識、綠色消費知識與綠色消費行為之影響分析

藉由相關分析 (如表 4.22)，本研究得知雙親環保意識與主觀綠色消費知識、綠色消費行為之間有顯著正相關，與客觀綠色消費知識相關不顯著。為進一步了解主觀綠色消費知識在父母親環保意識對綠色消費行為之影響上之中介效果，以多元迴歸分析方法進行分析。分析步驟分為四個模式，說明如下：

模式一，驗證父母親環保意識對綠色消費行為之直接影響效果；模式二，驗證父母親環保意識對綠色消費知識之影響；模式三，分析綠色消費知識在父母親環保意識對綠色消費行為之影響是否具有中介效果，即父母親之環保意識是否會藉由提高學童之綠色消費知識，進而提高綠色消費行為傾向。分析結果如表 4.23 所示。

表4.23 父母親環保意識、綠色消費知識與綠色消費行為多元迴歸分析

	自變數	依變數	模式配 適度F值	調整後 R平方	$\beta$ 係數	p值	允差	VIF
模式一	父母親環保意識	綠色消費行為	40.783***	0.111	0.337	0.000***	1.000	1.000
模式二	父母親環保意識	主觀綠色消費知識	43.023***	0.119	0.345	0.000***	1.000	1.000
		客觀綠色消費知識	0.449	-0.002	-0.038	0.503	1.000	1.000
模式三	父母親環保意識	綠色消費行為	63.553***	0.370	0.184	0.000***	0.874	1.144
	主觀綠色消費知識				0.466	0.000***	0.860	1.162
	客觀綠色消費知識				0.209	0.000***	0.975	1.025

備註：\*\* P值<0.01，\*\*\* P值<0.001

資料來源：本研究整理

在模式一部分，根據表 4.23 分析結果得知，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，父母親環保意識對綠色消費行為具有顯著正面影響效果 ( $\beta=0.337$ ,  $p<0.001$ )，解釋變異量為 11.1%。結果表示當學童其父母親環保意識越高，則學童之綠色消費行為越正向。因此本研究拒絕 H4。

在模式二部分，根據表 4.23 分析結果顯示，在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，父母親環保意識對主觀綠色消費知識具有顯著正面影響效果 ( $\beta=0.345$ ,  $p<0.001$ )，變數的解釋變異量為 11.9%，父母親環保意識對客觀綠色消費知識影響效果不顯著。結果表示當學童其父母親環保意識越高，則學童之主觀綠色消費知識越高。

在模式三部分，分析結果顯示，變數的累積解釋變異量為 37.0%。在  $\alpha$  值為 0.05 顯著水準下，父母親環保意識 ( $\beta=0.184$ ,  $p<0.001$ )、主觀綠色消費知識 ( $\beta=0.466$ ,  $p<0.001$ ) 以及客觀綠色消費知識 ( $\beta$

=0.209,  $p < 0.001$ ) 對綠色消費行為具有顯著正面之影響。另外，分析結果顯示主觀綠色消費知識在父母親環保意識對綠色消費行為之影響方面具有部分中介效果 ( $\beta = 0.345$ )，客觀綠色消費知識則無中介效果。驗證結果表示，當父母親環保意識提高的時候，其影響部分會藉由增加學童的主觀綠色消費知識程度，進而提高其綠色消費行為傾向。因此本研究拒絕 H5、H6，部分拒絕 H7。

由迴歸係數可知，對綠色消費行為之影響，以主觀綠色消費知識影響最大，其次為客觀綠色消費知識，影響最小者為父母親之環保意識。綠色消費行為迴歸模型如圖 4.1 所示。

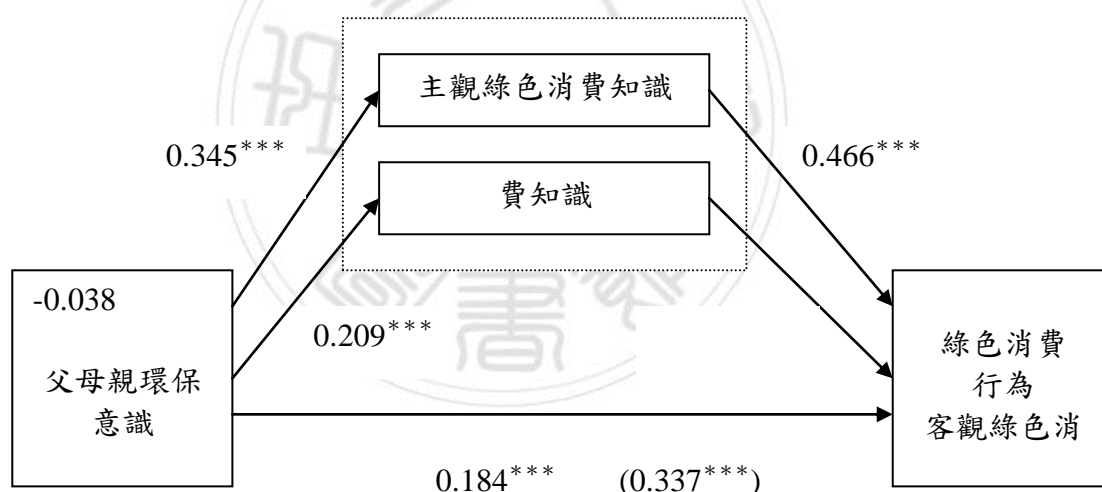


圖 4.1 綠色消費行為多元迴歸模型

備註：( ) 內為直接效果之  $\beta$  值

資料來源：本研究整理

最後，根據多元迴歸分析的結果，可得到綠色消費行為標準化迴歸方程式為：

$$\text{綠色消費行為} = 0.184 * \text{父母親環保意識} + 0.466 * \text{主觀綠色消費知識} + 0.209 * \text{客觀綠色消費知識}$$

## 4.8 假設驗證整理

研究假設經過上述分析之後，驗證結果整理如表 4.24 所示：

表 4.24 研究假設驗證結果

研究假設	驗證結果	參照頁次
<b>H1、不同背景變數之學童其綠色消費知識無顯著差異。</b>	<b>部分拒絕</b>	<b>45-51</b>
H1.1、不同人口統計變數之學童其綠色消費知識無顯著差異。	部分拒絕	45-51
H1.1.1 不同人口統計變數之學童其主觀綠色消費知識無顯著差異。	部分拒絕	45
H1.1.2 不同人口統計變數之學童其客觀綠色消費知識無顯著差異。	部分拒絕	48-51
H1.2、不同父母親環保意識之學童其綠色消費知識無顯著差異。	部分拒絕	47-51
H1.2.1 不同父母親環保意識之學童其主觀綠色消費知識無顯著差異。	部分拒絕	47
H1.2.2 不同父母親環保意識之學童其客觀綠色消費知識無顯著差異。	不拒絕	51
<b>H2、不同背景變數之學童其綠色消費行為無顯著差異。</b>	<b>部分拒絕</b>	<b>55-67</b>
H2.1、不同人口統計變數之學童其綠色消費行為無顯著差異。	部分拒絕	55-61
H2.2、不同父母親環保意識之學童其綠色消費行為無顯著差異。	部分拒絕	62-64
H2.3、不同綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為無顯著差異。	部分拒絕	64-67
H2.3.1 不同主觀綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為無顯著差異。	部分拒絕	64-65
H2.3.2 不同客觀綠色消費知識程度之學童其綠色消費行為無顯著差異。	拒絕	66-67
<b>H3、雙親環保意識、主觀綠色消費知識、客觀綠色消費知識與綠色消費行為無顯著相關。</b>	<b>部分拒絕</b>	<b>67-68</b>
H3.1、雙親環保意識與主觀綠色消費知識無顯著相關。	拒絕	67-68
H3.2、雙親環保意識與客觀綠色消費知識無顯著相關。	不拒絕	67-68
H3.3、雙親環保意識與綠色消費行為無顯著相關。	拒絕	67-68
H3.4、主觀綠色消費知識與綠色消費行為無顯著相關。	拒絕	67-68
H3.5、客觀綠色消費知識與綠色消費行為無顯著相關。	拒絕	67-68

資料來源：本研究整理

表 4.24 研究假設驗證結果 (續)

研究假設	驗證結果	參照頁次
H4、父母親環保意識對綠色消費行為無顯著影響。	拒絕	69-70
H5、主觀綠色消費知識對綠色消費行為無顯著影響。	拒絕	69-70
H6、客觀綠色消費知識對綠色消費行為無顯著影響。	拒絕	69-70
H7、綠色消費知識在父母親環保意識對綠色消費行為之影響上無中介效果。	部分拒絕	69-70

資料來源：本研究整理



## 第五章 結論與建議

本研究旨在探討國小中、高年級學童的綠色消費知識與綠色消費行為。首先了解綠色消費知識現況，接著探討不同背景變項之學童其綠色消費知識與綠色消費行為之差異，最後分析學童之父母親環保意識與綠色消費知識對綠色消費行為之影響。並將實證研究結果提供予有關當局，做為擬定政策之參考。茲將結論與建議分述如下：

### 5.1 結論

本研究透過問卷調查及統計分析，得到研究成果說明如下。

#### 5.1.1 學童之綠色消費知識現況與差異

##### 1. 學童之綠色消費知識現況

本研究之綠色消費知識分為主觀綠色消費知識與客觀綠色消費知識。根據研究結果顯示，學童之主觀綠色消費知識得分最小值 4 分，最大值 20 分，平均數 16.50 分，標準差 2.746 分，各題平均得分介於 3.97~4.31 分之間，其主觀認知的知識程度呈中立偏正向。顯示學童普遍認為自己相當了解綠色消費知識。

學童之客觀綠色消費知識由 24 題所構成，滿分 24 分。研究資料顯示，總得分最小值 2 分，最大值 24 分，平均數 19.23 分，標準差 4.332 分，其客觀知識程度高於中間值，平均正確率 80.13%，與先前研究結果相近（李明相，2006；李珮菱，2009）。整體而言，國小學童之綠色消費知識表現良好，與先前各地區之研究發現相同（參見表 2.1）。從知識構面之得分情況來看，以「拒用知識」得 5.24 分為最高，「減量知識」得



4.89 分次之、第三為「資源回收知識」得 4.67 分，「重複使用知識」得 4.43 分最低。

## 2. 學童之綠色消費知識差異

在主觀綠色消費知識差異方面，女生高於男生、四年級高於六年級、最近一年有參加環保活動者高於無參加者，以及父親高環保意識者高於父親低環保意識者。顯示參加環保活動能讓學童提高自我認知的知識程度，且父親擁有較高的環保意識，亦會直接影響學童，進而提升其自我認知的知識程度。

在客觀綠色消費知識差異方面，女生在「減量知識」、「重複使用知識」與「資源回收知識」等三個部分顯著高於男生，表示女生之綠色消費知識較佳，與李明相（2006）、李珮菱（2009）、簡心怡（2013）及梁耀庭（2014）等學者之研究結果相同；而最近一年有接觸環保資訊之受訪者在「拒用知識」與「資源回收知識」顯著高於無接觸者，推測其原因可能是目前的環保資訊多偏重在「拒用」與「資源回收」方面之議題，因此在這二項知識表現較佳。整體而言，讓學生多接觸環保方面的資訊能提高學生的綠色消費知識，與賴月雲（2005）、李明相（2006）、李珮菱（2009）、周家慧（2010）及簡心怡（2013）等學者之研究結果相同；最近一年有參加環保活動之受訪者在「拒用知識」與「減量知識」顯著高於無參加者，表示讓學生多參加環保活動，藉由實際的參與和體驗，確實能提高學童其拒用及減量等項目之綠色消費知識，與李珮菱（2009）及簡心怡（2013）等學者之研究結果相同。

## 5.1.2 學童之綠色消費行為現況與差異

### 1. 學童之綠色消費行為現況

研究發現學童的綠色消費行為可分為「拒用行為」、「減量行為」、「節能行為」與「重複使用行為」等四項主要構面。「拒用行為」為消費購物時，拒用對環境污染嚴重的塑膠袋與產品，以及重複使用塑膠袋與紙張；「減量行為」為購物前是否仔細思考自己真正的需求，減少消費量與垃圾量等行為；而「節能行為」是指沒有浪費食物、購買過度講求精美包裝等過度耗用能源之產品等行為；「重複使用行為」是指進行消費活動時，是否購買可以重複使用或可以修復之產品。整體而言，學童綠色消費行為呈正向表現，顯示學童在綠色消費之行為表現尚稱良好。

在「拒用行為」當中，表現最佳為紙張之充分利用，顯示珍惜森林、愛惜樹木的宣導已達到顯著的成果；而表現最差者為拒拿商店提供之塑膠袋，顯示當前自備購物袋的情況仍有待加強。在「減量行為」方面，表現最佳者為手抹香皂先關水再搓手，顯示學童相當注意節約用水；而表現最差者為減少購買包裝過多的商品，其原因可能是學童在消費時，往往聚焦在產品本身而忽略過度包裝所造成的浪費問題，另一種可能是很少或是沒有替代品可供選擇。

在「節能行為」方面，表現最佳者為，在買飲料時不會只選瓶子好看的，而不管材質如何。顯示學童對於瓶裝飲料的選擇，已會注意瓶子的材質；表現最差者為不會選擇包裝精美或分層包裝的產品，顯示學童在消費時，仍然受到精美包裝的吸引。至於在「重複使用行為」方面，以購買使用立可帶而不買立可白表現最佳；表現最差者為修理破損的衣

物或故障的玩具，避免立即購買新產品，其原因可能為學童礙於自身或環境條件之限制，較難修復衣物或玩具。

## 2. 學童之綠色消費行為差異

在人口統計變數方面，研究發現女生在拒用、減量與重複使用等行為表現較男生為佳，顯示女性學童之遵從性較高，結果與陳靜宜（2003）李明相（2006）及梁耀庭（2014）等學者之研究相同；四年級學童在拒用、減量與節能行為表現較六年級為佳，顯示四年級學童遵從性較高，而隨著年級越高，則遵從性降低，表現呈現較差的情況，結果與賴月雲（2006）、簡心怡（2013）及梁耀庭（2014）的研究不同；在最近一年有接觸環保資訊之學童在拒用、減量與重複使用等行為表現較無接觸者為佳；同樣地，最近一年有參與環保活動的學童，在拒用、減量與重複使用等行為表現同樣較無參加者為佳，表示讓學童多接觸環保資訊或活動，都能引導學童正向的綠色消費行為，結果陳靜宜（2003）賴月雲（2006）、李明相（2006）、李珮菱（2009）、周家慧（2010）及簡心怡（2013）等學者之研究相同。

在父母親環保意識方面，父親有較高的環保意識的學童在拒用與減量行為明顯表現較佳，而母親有較高的環保意識的學童在拒用、減量與重複使用等行為明顯表現較佳。整體而言，雙親的環保意識具有教育與規範的效果，對於學童的日常消費行為具有顯著且正向的影響，與陳靜宜（2003）之研究結果相同。在不同綠色知識程度方面，高主觀綠色消費知識的學童，在拒用、減量與重複使用等行為表現較低主觀綠色消費知識者為佳。表示當學童越自認為了解綠色消費知識，其綠色消費行為

傾向越佳。另外，高客觀綠色消費知識的學童，在拒用、減量、節能與重複使用等行為表現同樣較低客觀綠色消費知識者為佳。表示當學童綠色消費知識越高，其綠色的消費行為越正向積極。

### 5.1.3 學童之父母親環保意識與綠色消費知識對綠色消費行為之影響

根據本研究結果，父母親環保意識對綠色消費行為有直接顯著的正面影響，表示父母親的環保意識具有教育與規範效果，學童綠色消費行為表現越佳。主觀綠色消費知識與客觀綠色消費知識對綠色消費行為皆有顯著影響，其中以主觀綠色消費知識影響較大。顯示當學童的綠色消費知識越高，其綠色消費行為越正向積極，結果與陳靜宜（2003）等學者的研究相同（參見表 2.1）。本研究另外發現，主觀綠色消費知識在父母親環保意識對學童綠色消費行為的影響上具有部分中介效果，而客觀綠色消費知識則無中介效果。表示當父母親的環保意識越正向，會透過提高學童的自我認知的知識程度，進而增強其綠色消費行為傾向。

綜合分析父母親的環保意識、主觀綠色消費知識與客觀綠色消費知識等三個影響因素，研究結果顯示主觀綠色消費知識影響最大，其次為客觀綠色消費知識，第三為父母親環保意識。表示學童之綠色消費行為主要受到自我認知的知識程度的影響，其次是客觀教育知識的制約，而父母親的環保意識則是一部份透過影響學童主觀認知來增強綠色消費行為，一部分直接影響學童的行為表現。

## 5.2 建議

### 1. 在教育上的建議

- (1) 本研究證實綠色消費知識對綠色消費行為有顯著影響，其中主觀知識的影響程度遠大於客觀知識，表示提高學童的自我認知程度，是學童進行綠色消費行為的重大驅策力。因此，教育當局除了灌輸學童客觀的消費觀念與知識之外，如何提升學童的自我認知程度，是綠色教育上不可忽略的一環。
- (2) 本研究發現，讓學生多接觸環保資訊與參與環保活動，能有效提高綠色消費知識，且綠色消費行為表現較佳。因此，在教育上除了知識的傳遞，也應鼓勵或帶領學生多多參與環保活動，理論與實務並重，對於養成學生的綠色消費習慣有很大的益處。
- (3) 本研究證實父母親的環保意識能提高學童主觀認知程度，進而影響學童的行為，顯示父母親的環保觀念與作為在家庭教育上具有重要的示範功能。因此，可多規劃親子環保課程或活動，鼓勵親子共同參與，可同時提升家長與學童的綠色知識，對於綠色消費習慣的建立，具有相輔相成的效果。另一方面，家長可於學童進行消費活動時，提供相關資訊作為決策之參考，培養學童以 4R 為原則的消費習慣。
- (4) 本研究另外發現，四年級與六年級學童在綠色消費知識之表現無差異存在，表示在中年級階段，學童就已具備相當程度的綠色消費知識。但是在綠色消費行為的表現方面，四年級卻優於六年級，表示六年級學童對於綠色消費知識規範的依從程度，以及知覺行為控制力降低。因此，教育單位可針對高年級學童設計環保教育課程，以實際參與活動取代書本上的教學，對於學童綠色消費習慣的養成，必能產生很大的助益。

## 2. 對後續研究的建議

- (1) 本研究雖已證實綠色消費知識與父母親的環保意識對於學童的綠色消費行為具有顯著的影響力，但由本研究模型的累積解釋變異量可知尚有其他因素之影響，因此後續研究可針對此部分延伸探討。
- (2) 礙於資源的限制，本研究未能針對其他縣市學校之國小學童進行調查，因此無法比較地區性之差異，這方面值得後續繼續研究。



## 參考文獻

### 一、中文部分

1. 于寧、賴明伸 (2000)，綠色消費運動之緣起、現況與未來，環境工程會刊，第 11 卷，第 3 期，第 6~15 頁。
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，國立師範大學衛生教育研究所博士論文。
3. 中華民國環境保護暨綠色生產推廣協會，<http://www.tepu.org.tw>
4. 王順美 (2001)，社會變遷下的環境教育—綠色學校計畫，師大學報，第 49 卷第 1 期，第 161-162 頁。
5. 行政院環保署 (1993)，綠色消費指南。
6. 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。
7. 李德威 (1997)，綠色消費時代的來臨，深耕，第 9 期，第 76-78 頁。
8. 李佳容 (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，國立臺灣師範大學衛生教育研究所之碩士論文。
9. 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，義守大學管理科學研究所碩士論文。
10. 李明相 (2006)，屏東縣國小學童綠色消費知識與綠色消費行為之研究，國立屏東教育大學教育行政研究所碩士論文。
11. 李珮菱 (2009)，比較都會區與離島地區學童綠色消費知識、態度與行為之研究—以國小六年級學童為例，台北市立教育大學環境教育與資源研究所。
12. 吳瓊斌 (1997)，台北市大學生的綠色消費行為與其所關切的環境議題研究，國立交通大學管理科學研究所碩士論文。

13. 周月英 (1992), 權利與義務齊飛, 廣告雜誌, 第 13 期, 第 67-74 頁。
14. 周家慧 (2010), 國小高年級學童綠色消費知識、態度與行為之關係研究--以臺中市為例, 中臺科技大學文教事業經營研究所碩士論文。
15. 車參賢 (1995), 台北市國中生對資源回收知識、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。
16. 胡蘭沁 (1997), 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碩士論文。
17. 柴松林 (1995), 消費者主義發展的新方向, 消費者保護研究, 第 1 期, 第 17-22 頁。
18. 柴松林 (1996), 綠色消費主義, 環保標章簡訊, 第 5 期, 第 4-7 頁。
19. 梁耀庭 (2014), 國小學童綠色消費之調查研究- 以臺北市國小為例, 華梵大學, 東方人文思想研究所。
20. 陳靜宜 (2003), 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之碩士論文。
21. 陳永仁 (1996), 我國推動資源回收再利用之現況與策略, 工業污染防治, 第 59 期, 第 132-144 頁。
22. 張峰堯 (1996), 臺灣地區大型企業綠色化行動與環境教育初探, 國立台灣師範大學環境教育研究所碩士論文。
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. 黃炫芬 (2013), 從學校環境教育探討綠色消費行為—以某國小學童



- 為例，育達商業科技大學行銷與流通管理所碩士論文。
25. 黃聖哲 (2002)，從產品知識與說服知識的差異，探討比較式手法對閱聽人廣告態度的影響——一個中介效果模式的驗證，國立政治大學廣告系碩士論文。
  26. 楊冠政 (1997)，環境教育，臺北市：明文書局
  27. 董德波 (1999)，環保標章與綠色消費，生物資源，第 1 卷第 2 期，第 109-111 頁。
  28. 黎安國 (1996)，綠色消費—邁向新的現代性，香港社會科學學報，第 7 期，第 175-191 頁。
  29. 駱尚廉 (2000)，綠色生活實踐環保，消費者報導，第 236 期，第 25-29 頁。
  30. 駱尚廉 (2001)，認識綠色消費標誌—環保標章，消費者報導，第 239 期，第 54-56 頁。
  31. 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，國立台南大學社會科教育學系研究所碩士論文。
  32. 簡心怡 (2013)，國小學童綠色消費知識、態度與行為之調查研究——以花蓮市某國小為例，大漢技術學院流通與行銷管理研究所碩士論文。
  33. 謝文雀編譯 (2001)，Consumer Behavior/Roger D. Blackwell、Paul w. Miniard & James F. Engel 著，消費者行為，第 2 版，台北：華泰。
  34. 蘇玉守 (1999)，以消費及生活型觀點論環境永續發展，中華民國八十八年環境教育研討會論文集，台北市立師範學院，第 48-53 頁。

## 二、英文部分

1. Alba, J. W. & Hutchinson, J. W. (1987), Dimensions of Consumer Expertise , Journal of Consumer Research , Vol.13 ( March ) , pp.411-454.
2. Aaker, D. A. (1991) ,Managing Brand Equity , New York : The Free Press.
3. Bettman, J. R. & Park, C. W. (1980) ,Effects of Prior Knowledge and Experience and Phase of the Choice Process on Consumer Decision Processes:A Protocol Analysis, Journal of Consumer Behavior Research Vol.7 ( December ) ,pp.234-248.
4. Brucks, M. (1985), The Effects of Product Class Knowledge on Information Search Behavior, Journal of Consumer Research, Vol.12 ( June ) ,pp.1-16.
5. Davis, J.J. (1993). Strategies for Environmental Advertising, Journal of Consumer Marketing, Vol.10, pp.19-36.
6. Elkington, J. & Hailes, J. (1989). The Green Consumer Guide. London: Victor Gollancz .
7. Kates, Robert W. (2000), Population and Consumption. Environment, Vol.42(3),pp.10-19.
8. Hungerford, H.R., & Peyton, R. B. (1977) . A Paradigm of Environmental Action. (ERIC ED137116)
9. Kiel, G. C. & Layton, R. A. (1981) , Dimensions of Consumer Information Seeking, Journal of Consumer Research, Vol.8 ( May ) ,pp.233-239.
10. Moorthy, S. 、 Ratchford, B. T. & Talukdar, D. (1997) , Consumer Information Search Revisited: Theory and Empirical Analysis, Journal of Consumer Research, Vol.23, (March), pp.263-277.

11. Peattie, K. (1992) Green Marketing. Pitman Publishing, London.
12. Peter, J. P. & Olson, J. C. (1996) , Consumer Behavior and Marketing Strategy, 4<sup>th</sup> ed., Irwin, Chicago, pp.81-117.
13. Phillips, L.E. (1999) Green Attitude. American Demographics, Vol.21(4), pp.46-47.
14. Punj, G. N. & Staelin, R. (1983) , A Model of Consumer Information Search Behavior for New Automobiles, Journal of Consumer Research, Vol.9
15. The Roper Organization, (1990). The environment: public attitude and behavior. New York.
16. Schmidt, J. B. & Spreng, R. A. (1996) , A Proposed Model of External Consumer Information Search, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.24, No.3, pp.246-256.
17. Simon, F.L. (1992). Marketing green products in the triad, The Columbia Journal of World Business, Vol.27, pp.268-285.
18. Vallely, Bernadette. (1992) The Green Consumer: A European Perspective. Women and Environments, Spring92, Vol.13(2), pp.4-6.

## 附 錄：實測問卷

各位小朋友您好：

這是一份碩士論文問卷，目的在於探討國小學童的綠色消費知識與行為，本問卷僅供學術研究之用，對您填答的資料，我們絕對保密，並採取不具名方式作答，敬請安心作答。

非常感謝您！敬祝健康快樂！

南華大學休閒環境管理研究所

指導教授：于 健 博士

研 究 生：黃淑玲 敬上

### 壹、基本資料（請在適當的打）

一、性 別：

1. 男 2. 女

二、年 級：

1. 四年級 2. 六年級

三、父親教育程度：

1. 小學 2. 國中 3. 高中/高職 4. 大專以上

四、母親教育程度：

1. 小學 2. 國中 3. 高中/高職 4. 大專以上

五、父親職業：

1. 農漁業 2. 工業 3. 商業 4. 軍公教 5. 其他\_\_\_\_\_

六、母親職業：

1. 農漁業 2. 工業 3. 商業 4. 軍公教 5. 其他\_\_\_\_\_

七、過去一年中，是否曾看過或聽過有關環保的宣傳資訊？

1. 無接觸

2. 有接觸，

八、過去一年中，是否曾參加過有關環保活動（例如：資源回收、掃街、淨攤）？

1. 從未參加過任何環保活動

2. 有參加過

九、你認為你的父親在環保工作上是一個人？

1. 非常不重視環保 2. 不重視環保 3. 有點不重視環保

4. 有點重視環保 5. 重視環保 6. 非常重視環保

十、你認為你的母親在環保工作上是一樣的一個人？

1.  非常不重視環保    2.  不重視環保    3.  有點不重視環保  
4.  有點重視環保    5.  重視環保    6.  非常重視環保

貳、請閱讀下列的說明，再填答問題。






- \* 「綠色消費」就是購買對環境破壞少、污染低的產品。
- \* 常見的綠色消費行為包括：
  1. 減少不必要的消費或購買污染低、對環境生態破壞少的產品。
  2. 購買可重複使用的生活用品，並重複使用它。
  3. 購買再生或可再生的產品，並做好資源回收。

此部分題目主要是要了解你認為自己了解綠色消費的情況，無所謂對或錯，以下請你針對問題的敘述，就你的認同程度在最適當的打v

	非	不	無	同	非
	不	同	意	意	常
	同	意	見	意	同
	意	意	見	意	意
1、我很清楚什麼是綠色消費。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2、我知道我可以做哪些有關綠色消費的事情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3、我可以分辨清楚再生紙與一般紙張。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4、我很清楚目前資源回收的種類。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 參、綠色消費知識量表

下列題目是想瞭解您在日常生活中的「綠色消費知識」，請在各題敘述中選出自己認為最適當的答案，並將答案號碼寫在（ ）中。【單選】

- ( ) 1. 下列哪一項符合「綠色消費」的意義？  
①購買外表綠色的產品 ②儘量購買環保的產品並減少不必要的花費 ③儘量購買落後國家的產品以助其經濟發展 ④儘量購買來自世界各地的產品以利資源流通
- ( ) 2. 下列哪一項不是環境保護行為？  
①紙張雙面利用 ②買綠色的東西 ③回收寶特瓶 ④拒用塑膠袋
- ( ) 3. 下列哪一種物品是不在資源回收的範圍內？  
①廢電池 ②寶特瓶 ③塑膠玩具 ④鐵鋁罐
- ( ) 4. 下列哪一種行為較符合環保理念？  
①口渴時喝白開水 ②購買包裝飲料 ③需要1000 c. c. 飲料時，挑選4瓶250c. c. 的產品 ④以上皆是
- ( ) 5. 下列何者是台灣的環保標章？①  ②  ③  ④ 
- ( ) 6. 下列哪一種行為對拯救全球樹木有幫助？  
①買紙時買再生紙 ②買綠色的東西 ③回收寶特瓶 ④減少使用塑膠袋
- ( ) 7. 當產品包裝上出現  標誌時，代表什麼意思？  
①該產品包裝可以回收 ②該產品為優良產品 ③該產品符合國家檢驗標準 ④食用該產品很安全
- ( ) 8. 下列哪一種垃圾埋在土裡最不易被分解？  
①果皮 ②麵包 ③舊報紙 ④塑膠袋
- ( ) 9. 汽、機車應使用哪一種汽油，才可以減少空氣汙染？  
①無鉛汽油 ②柴油 ③高級汽油 ④機油
- ( ) 10. 下列哪一項不合乎綠色消費中的重複使用原則？  
① 打折時瘋狂採購現在用不到的產品 ②舉辦跳蚤市場，為玩具找尋新的主人 ③買可更換筆心的筆 ④購物時自備購物袋

- ( ) 11. 垃圾分類最主要的目的是什麼？ ① 避免蚊蟲孳生 ② 美觀方便 ③ 資源回收再利用以減少汙染 ④ 回收品可增加收入
- ( ) 12. 綠色產品可能的特徵是什麼？ ① 包裝精美的 ② 比較便宜的 ③ 使用方便的 ④ 可重複使用的
- ( ) 13. 選購下列哪一種質料的衣服最符合綠色消費原則？ ① 棉 ② 皮 ③ 尼龍 ④ 絲
- ( ) 14. 購買的產品包裝越多，代表越 ① 不健康 ② 不環保 ③ 環保 ④ 健康。
- ( ) 15. 過度使用地球資源會造成什麼嚴重的後果？ ① 浪費金錢 ② 養成不良習慣 ③ 危害生態環境 ④ 沒有任何危害
- ( ) 16. 有環保觀念的消費者，在購物時應該 ① 利用商店打折再大量採購 ② 不買不必要的東西 ③ 常和老闆殺價 ④ 大量購買便宜的產品
- ( ) 17. 裝置太陽能熱水器有什麼好處？ ① 省時 ② 省力 ③ 省瓦斯 ④ 省空間
- ( ) 18. 喝完汽水後，鋁罐該如何處理最好？ ① 直接丟到一般垃圾中 ② 直接分類回收 ③ 壓扁後分類回收 ④ 上述三種方式都很好
- ( ) 19. 環保署限用購物塑膠袋及塑膠類免洗餐具的目的是什麼？ ① 讓消費者購物時可以少花一些錢 ② 減少垃圾量 ③ 希望消費者多用紙類 餐具 ④ 提振台灣經濟
- ( ) 20. 外出吃飯時，使用下列哪一項餐具比較環保？ ① 免洗筷 ② 保麗龍碗 ③ 塑膠湯匙 ④ 鐵製餐盤
- ( ) 21. 處理還可以穿的舊衣服，下列哪一種方式比較不恰當？ ① 當作家居服 ② 丟到垃圾桶 ③ 捐給需要的人 ④ 給弟妹穿
- ( ) 22. 下列哪一項符合綠色環保消費的特色？ ① 價格便宜 ② 低汙染、可回收 ③ 包裝精美 ④ 方便實用
- ( ) 23. 如果用野生動物的毛皮來做衣物，你有何想法？ ① 省資源又賣好價錢 ② 殘害動物不環保 ③ 穿起來很舒服 ④ 野生、天然的最好
- ( ) 24. 下列何者不是節約能源或資源的行為？ ① 與好朋友交換玩具玩 ② 使用免洗餐具 ③ 買紙時購買再生紙 ④ 多搭乘公共交通工具

## 肆、綠色消費行為量表

此部分題目主要是要了解你在日常生活中所從事的「綠色消費行為」，無所謂對或錯，以下請您針對問題的敘述，就你的認同程度在最適當的□打✓

	總 是 這 樣 做	常 常 這 樣 做	偶 爾 這 樣 做	有 想 過 ， 但 沒 要 做	從 來 沒 想 過 要 做
1. 購物前仔細思考自己是否真正需要這項產品。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 購物時拒拿商店提供的塑膠袋。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 買國外進口的產品。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 拒絕使用會產生環境汙染的產品(如免洗餐具)。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 外出飲食時，為了方便會使用免洗碗、筷、杯。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 購買並使用立可帶而不買立可白。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 購物時，拒絕購買包裝過多的產品(使用很多層塑膠袋、包裝紙、盒子等)。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 看到商店打折或減價廣告時，會立即購買。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 外出時，自行攜帶開水，少買罐裝或瓶裝飲料。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 將紙張雙面利用或充分運用空白處。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 選擇包裝精美或分層包裝的產品，以確保其品質。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 在商店購買飲料時，會先打開冷藏櫃，再思考要買哪一種？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 在洗手抹香皂時，會將水龍頭的水先關緊，再搓手。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 為了環保，我選擇自己走路、騎腳踏車或搭公車上下學，少讓父母開車或騎機車接送。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 將使用過的紙袋、包裝紙或塑膠袋重複使用。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 利用發放的宣傳單，摺成垃圾收集袋，重複使用。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. 買紙或筆記本時，買再生紙製成的產品。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 選購可回收或可重複使用的容器所封裝的產品。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. 修理破損的衣物或故障的玩具，避免立即購買新產品。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. 將使用過的教科書及用過的衣物回收或捐出來給需要的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. 將未吃完食物丟進垃圾桶。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. 購買飲料時選瓶子好看的，不管瓶子的材質如何。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. 在丟垃圾前，我會先做分類的工作。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>