

第四章 結果與討論

根據本研究的研究目的，把所得的資料整理、分析後，在本章將這些結果分成六節討論，第一節為人口學變項分佈情形；第二節為食品綠色消費行為意圖影響因素分佈情形；第三節為食品綠色消費行為意圖分佈情形；第四節為不同人口學變項的高中生，其食品綠色消費行為意圖之差異；第五節為各變項與食品綠色消費行為意圖的關係；第六節為不同人口學變項的高中生，其食品綠色消費知識、態度、自我效能及環境敏感度之差異。

第一節 人口學變項分佈情形

本節主要目的在於回答研究問題一：「研究對象之社會人口學變項（性別、年籍、父母婚姻、父母教育程度等等）分佈情形為何？」

一、性別

由表 4-1 可知，在 369 位研究對象中，女生多於男生，其中男生共有 161 人，佔 43.6%；女生則有 208 人，佔 56.4%。而母群體之男女比例為男生佔 49.7%，女生為 50.2%，經 χ^2 檢定， $\chi^2=6.45(p>0.01)$ ，樣本性別與母群體的性別沒有顯著差異。

二、年級

由表 4-1 看來，在年級部分，一年級有 118 人，佔 32.0%；二年級有 122 人，佔 33.1%；三年級有 129 人，佔 35.0%。三年級每班平均人數皆略多於一、二年級人數，因此三年級人數多一些，母群體各年級比例為一年級：32.0%；二年級：33.1%；三年級：34.0%，經 χ^2 檢定， $\chi^2=0.07(p>0.01)$ ，樣本年級分佈與母群體年級分佈沒有顯著差異。

三、人格特質

由表4-1可知，班上衛生股長或班級幹部進行環保行為推廣情形最普遍的為「偶而」，佔 35.0%，其次是「經常」，佔 22.8%，「很少」及「沒有」相近，佔 18.7%和 17.1%，最少為「總是」，佔 6.5%，可知班級幹部多多少少會帶領班上同學進行環保行為。

四、父母婚姻狀況

由表4-1可知，「一般婚姻關係，同住在一起」最多，佔 89.2%，其餘順序依次為「以離婚」、「單親」、「未離婚，但分居」、「父母皆歿」及「其他」，分別佔5.1%、3.0%、1.9%、0.5%及 0.3%。

五、父母親教育程度

由表4-1可知，父親與母親教育程度分佈類似，都以「高中職」分佈最多，父親佔了 37.7%，母親佔了 40.7%；至於分佈最少者為「研究所或以上」，父親佔了 3.8%，母親方面則完全沒有研究所或以上者，可知兩者皆以中等學歷也就是高中職分佈為主。

六、兄弟姊妹情形

由表4-1可知，大多數的研究對象都是擁有兄弟姊妹的，佔 92.4%。而兄弟姊妹的數目是以「一位」45.8%及「兩位」36.0%的分佈佔最多，而研究對象最多的兄弟姊妹數則是四位，只佔了 1.4%。

七、與父母同住情形

由表4-1可知，大部分研究對象都「與父母親住在一起」，佔 85.4%，其次是「只與母親住在一起」，佔 8.1%。

八、居住房子

由表4-1可知，房子大部分為「自家擁有」，佔 90.0%，其餘依次為「租

借的」、「租借的，但另外有買房子」及「公司的員工宿舍」，分別佔 8.4%、1.1%、0.5%。

七、知識來源

由表4-1可知，最主要的食品綠色消費知識來源為電視，佔 90.0%，其次為報章雜誌，佔了 64.0%，再者為師長，佔了 41.5%，其餘則為廣播、朋友、家人，而其他的選項則是來自雜路及本問卷，此結果與大部分有關環保消息來源之調查結果相符（巫偉玲，1990；王懋雯，1997；柯惠珍，1998；趙宏邦，1999；唐孝蘭，2001）。所以可以瞭解大眾傳播媒體的功用及影響很大，應該多利用此相關管道傳播綠色消費相關知識；另外教育的影響不容忽視，加強環境教育是刻不容緩的；再者，現在雜路發達且普遍，也是未來在推動食品綠色消費的有利管道。

表 4-1 研究對象之社會人口學變項分佈

變項名稱及類別	人數 (%)
<u>性別</u>	
男	161(43.6)
女	208(56.4)
<u>年級</u>	
一年級	118 (32.0)
二年級	122 (33.1)
三年級	129 (35.0)
<u>人格特質</u>	
(班上衛生股長或班級幹部進行環保行為推廣情形)	
總是	24 (6.5)
經常	84 (22.8)
偶而	129 (35.0)
很少	69 (18.7)
沒有	63 (17.1)
<u>父母婚姻狀況</u>	
父母皆歿	2 (0.5)
單親 (另一人已歿)	11 (3.0)
未離婚，但分居	7 (1.9)
已離婚	19 (5.1)
一般婚姻關係，同住在一起	329 (89.2)
其他	1 (0.3)

表 4-1 研究對象之社會人口學變項分佈(續)

變項名稱及類別	人數(%)
<u>父親的教育程度</u>	
小學或以下	46 (12.5)
國中	67 (18.2)
高中職	139 (37.7)
專科、大學	103 (27.9)
研究所或以上	14 (3.8)
<u>母親的教育程度</u>	
小學或以下	67 (18.2)
國中	80 (21.7)
高中職	150 (40.7)
專科、大學	72 (19.5)
研究所或以上	0 (0)
<u>兄弟姊妹情形</u>	
0 位	28 (7.6)
1 位	169 (45.8)
2 位	133 (36.0)
3 位	34 (9.2)
4 位	5 (1.4)
<u>與父母同住情形</u>	
父母皆歿，與其他同住	2 (0.5)
與父母親住在一起	315 (85.4)
只與父親住在一起	6 (1.6)
只與母親住在一起	30 (8.1)
父母皆在，但與其他親戚、朋友住在一起	16 (4.3)
<u>居住房子</u>	
租借的	31 (8.4)
自家擁有	332 (90.0)
租借的，但另外買房子	4 (1.1)
公司的員工宿舍	2 (0.5)
<u>知識來源(複選題)</u>	
報章雜誌	236 (64.0)
電視	332 (90.0)
廣播	80 (21.7)
師長	153 (41.5)
家人	93 (25.2)
朋友	70 (19.0)
社區團體	48 (13.0)
其他	20 (5.4)

第二節 食品綠色消費行為意圖影響因素分佈情形

本節主要目的在於回答研究問題二：「研究對象之食品綠色消費知識、態度、自我效能及環境敏感度為何？」

表 4-2 呈現了食品綠色消費知識、態度、自我效能與環境敏感度等變項的總分平均值、最大、最小值與標準差。另外表 4-3 至表 4-6 中，也詳細顯示各變項的填答狀況，現將其詳述如下：

表 4-2 研究對象各量表之得分情形 (N=369)

量表名稱	題數	平均數	最大值	最小值	標準差
食品綠色消費知識	19	16.63	19	8	1.68
食品綠色消費態度	9	35.72	45	9	4.65
食品綠色自我效能	9	28.50	45	9	4.68
環境敏感度	8	28.40	40	8	4.43

註：知識每題答對 1 分，答錯 0 分；態度每題為 5~1 分；自我效能每題為 5~1 分；環境敏感度每題為 5~1 分。

一、食品綠色消費知識

由表 4-2 可知，研究對象在【食品綠色食品消費知識】部分的平均得分為 16.63，表示在共 19 題的題目中平均可答對約 3/4 的題目，答對率算蠻高的。另外，由表 4-3 可看出第 9 題「 PET 此標誌代表可以回收 1 元的意思」和第 16 題「將國外進口的濃縮食品原料，在國內加工還原，可以減少國內環境破壞」答對率偏低，16 題對於高中生來說有點困難，但是第 9 題對於回收標誌的認識卻明顯不足，有必要加強環境相關知識。

表 4-3 研究對象之食品綠色消費知識量表填答分佈情形 (N=369)

題目	答對者 n%	答錯者 n%	Mean	SD
1、所謂「綠色消費」，就是盡量購買對環境破壞少、污染程度低的產品，並盡量減少不必要的消費	356 (96.5)	13 (3.5)	0.96	0.18
2、「綠色產品」是指在生產過程中能盡量減少對地球的污染及資源的耗用，並且能回收再生或易於處理的產品	363 (98.4)	6 (1.6)	0.98	0.13
3、購買綠色食品是解決環境問題的方法之一	308 (83.5)	61 (16.5)	0.83	0.37
4、發展綠色產品完全是企業的責任，不需要消費者主動要求	339 (91.9)	30 (8.1)	0.92	0.27
5、下圖為我國的「環保標章」 	360 (97.6)	9 (2.4)	0.98	0.15
6、獲得環保標章的產品比較不會造成環保問題	329 (89.2)	40 (10.8)	0.89	0.31
7、有環保標章的產品，是對環境較友善的產品	344 (93.2)	25 (6.8)	0.93	0.25
8、食品包裝上的這個標誌  是表示該包裝可以回收再利用。	365 (98.9)	4 (1.1)	0.99	0.10
9、  PET 此標誌代表可以回收 1 元的意思	224 (60.7)	145 (39.3)	0.61	0.49
10、食品過度包裝會造成資源浪費及環境污染	364 (98.6)	5 (1.4)	0.99	0.12
11、食品的包裝越精緻越不環保	251 (68.0)	118 (32.0)	0.68	0.47
12、不同食品包裝材質的製造過程對環境所造成的影響是不相同的	361 (97.8)	8 (2.2)	0.98	0.15
13、免洗餐廚週即丟雖然方便，但會造成資源浪費	356 (96.5)	13 (3.5)	0.96	0.18
14、飲食的型態或方式和環保沒有關係	342 (92.7)	27 (7.3)	0.93	0.26
15、食品製作過程中產生的廢棄物，如果有適當處理，則會減輕環境污染	361 (97.8)	8 (2.2)	0.98	0.15
16、將國外進口的濃縮食品原料，在國內加工還原，可以減少國內環境破壞	203 (55.0)	166 (45.0)	0.55	0.50
17、食物吃不完不算是一種資源浪費	269 (72.9)	100 (27.1)	0.73	0.45
18、吃燕窩與動物保育無關	328 (88.9)	41 (11.1)	0.89	0.31
19、種植高山蔬菜會造成水土保持的問題	312 (84.6)	57 (15.4)	0.85	0.36

註：答對一題 1 分，答錯 0 分。

二、食品綠色消費態度

由表 4-2 可知，研究對象在【食品綠色消費態度】部分總分平均值為 35.72，高於意見的總分，最大值及最小值分別為 45 和 9，顯示研究對象其食品綠色消費態度偏正向，此結果與謝欣佳（2000）的結果相似。另外由表 4-4 可發現的詳細填答情形來看，以第 3 題「政府應鼓勵研發比較環保的食品包裝材料」的平均值最高，達 4.53 分，其中有 93.5% 人對於政府應鼓勵研發較環保的包裝材料傾向支持的態度，次高的為第 5 題「自備餐具用餐雖不方便，對於環境是有益的」，平均值為 4.39 分，其中有 72.3% 的人認為對自備餐具對環境有益；平均值最低的為第 9 題「多花一點錢購買比較環保的食品是值得的」，平均值為 3.40 分，在多花點錢購買比較環保的食品上，此與謝欣佳（2000）的「我願意購買價格高，但省電的環保冷氣」結果相似，都傾向於中立意見。

表 4-4 研究對象之食品綠色消費態度量表填答分佈情形 (N=369)

題目	非常同意	同意	中立意見	不同意	非常不同意	Mean	SD
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)		
1. 為了環保而降低對食品包裝美觀的要求，是值得的	127 (34.4)	144 (39.0)	76 (20.6)	17 (4.6)	5 (1.4)	4.01	0.93
2. 食品包裝回收再利用花費時間太多，不值得去做	155 (42.0)	155 (42.0)	39 (10.6)	14 (3.8)	6 (1.6)	4.19	0.89
3. 政府應鼓勵研發比較環保的食品包裝材料	225 (61.0)	120 (32.5)	21 (5.7)	1 (0.3)	2 (0.5)	4.53	0.67
4. 從事食品綠色消費對環境有益	171 (46.3)	146 (39.6)	49 (13.3)	2 (0.5)	1 (0.3)	4.31	0.74
5. 自備餐具不方便，對環境有益	191 (51.8)	149 (40.4)	19 (5.1)	3 (0.8)	7 (1.9)	4.39	0.79
6. 為了環保而改變食品消費習慣是值得的	109 (29.5)	158 (42.8)	87 (23.6)	10 (2.7)	5 (1.4)	3.96	0.87
7. 為了環保，要到遠一點的地方才能買到較環保的食品...	46 (12.5)	115 (31.2)	167 (45.3)	36 (9.8)	5 (1.4)	3.44	0.88
8. 購買環保的食品，花時間去...	42 (11.4)	128 (34.7)	174 (42.2)	20 (5.4)	5 (1.4)	3.49	0.82
9. 多花點錢購買環保的食品值得...	49 (13.3)	120 (32.5)	146 (39.6)	36 (9.8)	18 (4.9)	3.40	1.00

註：1、有 * 者為反向題

2、非常同意~非常不同意計分為 5~1 分；反向題則為 1~5 分。

三、食品綠色消費自我效能

由表 4-2 可知，研究對象的【食品綠色消費自我效能】的總分平均值為 28.50 分，比中立意見的總分高一點，最大、最小值分別為 45、9，表示研究對象對於從事食品綠色消費是蠻有信心的，而表 4-5 列出了各題詳細的填答情況其中以第 7 題「當食品包裝簡單但是環保又衛生時，要你購買此項食品，對你而言」的平均數最高，達 4.19 分，顯示研究對象對於衛生這個條件相當注重；得分平均最低的為第 4 題「當你覺得從事食品綠色消費是件麻煩事時，要你從事食品綠色消費，對你而言」，只有 2.58 分，顯示研究對象對於麻煩的事便傾向於沒有信心去做，此結果與趙宏邦（1999）相似，從事資源回收是件麻煩的事，要研究對象從事家中資源回收情形傾向沒有信心去做。

表 4-5 研究對象之食品綠色消費自我效能量表填答分佈情形 (N=369)

題目	非常容易	容易	普通	困難	非常困難	Mean	SD
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)		
1. 你知道有關食品綠色消費的知識時，要你……	19 (5.1)	137 (37.1)	188 (50.9)	22 (6.0)	3 (0.8)	3.40	0.72
2. 當家人都不從事食品綠色消費時，要你……	16 (6.5)	65 (17.6)	140 (37.9)	124 (33.6)	24 (6.5)	2.80	0.95
3. 當沒有家人或老師的鼓勵時，要你從事……	17 (4.6)	73 (19.8)	166 (45.0)	91 (24.7)	22 (6.0)	2.92	0.93
4. 當你覺得從事食品綠色消費是件麻煩事時，要你從事……	7 (1.9)	42 (11.4)	148 (40.1)	133 (36.0)	39 (10.6)	2.58	0.89
5. 當你知道綠色產品較其他產品貴時，要你購買……	12 (3.3)	43 (11.7)	160 (43.4)	117 (31.7)	37 (10.0)	2.66	0.92
6. 當購買綠色產品不方便時，要你購買其產品，對你而言……	9 (2.4)	54 (14.6)	151 (40.9)	132 (35.8)	23 (6.2)	2.71	0.88
7. 當食品包裝簡單但是環保又衛生時，要你購買……	147 (39.8)	154 (41.7)	60 (16.3)	6 (1.6)	2 (0.5)	4.19	0.80
	一定會	會	中立意見	不會	一定不會	Mean	SD
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)		
8. 從今以後，我……從事食品綠色消費	16 (4.3)	128 (34.7)	216 (58.5)	7 (1.9)	2 (0.5)	3.40	0.63
9. 從今以後，政府推行相關政策，我……配合從事食品綠色消費	50 (13.6)	213 (57.7)	103 (27.9)	2 (0.5)	1 (0.3)	3.84	0.66

註：非常容易～非常困難計分為 5~1 分。

四、 環境敏感度

由表 4-2，可知【環境敏感度】的總分平均值為 28.40 分，高於中立意見的總分，最大、最小值分別為 40、5，表示研究對象之環境敏感度偏高，另外表 4-6 列出了各題詳細的填答情形，其中以第 7 題「你覺得目前森林等自然環境被破壞？」的平均值最高，達 4.40 分，且有 89.9% 的人關心目前森林等自然環境被破壞蠻嚴重的情形，此結果與謝欣佳（2000）的「自然資源正在嚴重地被人類濫用」相符，不同的研究對象均覺知大自然被人類破壞的嚴重；最低分為第 8 題「你對於環保團體的活動的關心程度？」，平均分數為 2.91 分，表示研究對象對於環保團體的活動情形並不是很關心。

表 4-6 研究對象之環境敏感度量表填答分佈情形 (N=369)

題目	總是	經常	偶而	很少	沒有	Mean	SD
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)		
1、你對下一代的生活環境關心的程度？	41 (11.1)	147 (39.8)	142 (38.5)	33 (8.9)	6 (1.6)	3.50	0.87
2、你關心自己的消費行為造成環境問題的程度？	30 (8.1)	134 (36.3)	156 (42.3)	40 (10.8)	9 (2.4)	3.37	0.87
3、你閱讀有關自然環境的書籍、雜誌的程度	26 (7.0)	78 (21.1)	164 (44.4)	85 (23.0)	16 (4.3)	3.04	0.95
4、你能感受、欣賞、並關心環境的程度？	64 (17.3)	139 (37.7)	139 (37.7)	23 (6.2)	4 (1.1)	3.64	0.88
5、你覺得目前人類過度開發地球資源？	196 (53.1)	127 (34.4)	35 (9.5)	8 (2.2)	3 (0.8)	4.37	0.81
6、你會主動瞭解環境相關資訊的程度？	28 (7.6)	82 (22.2)	195 (52.8)	56 (15.2)	8 (2.2)	3.18	0.86
7、你覺得目前森林等自然環境被破壞？	192 (52.0)	140 (37.9)	31 (8.4)	5 (1.4)	1 (0.3)	4.40	0.72
8、你對於環保團體的活動的關心程度？	14 (3.8)	69 (18.7)	175 (47.4)	91 (24.7)	20 (5.4)	2.91	0.89

註：總是～沒有計分為 5~1 分。

綜合上述，在本研究中，食品綠色消費知識部分雖答對有四分之三的題目，但是對於基本的回收標誌卻認識不夠，高中的課程當中，完全沒有健康教育課程安排，只著重在升學的科目，因此研究對象僅靠著在國中的課程當中，學習到這方面的知識，但還是不夠深入，而九年一貫課程開始之後，消費相關議題在課程當中佔了很大的部分，期望能有助於整個消費及環境的提升。而在食品綠色態度、自我效能及環境敏感度方面平均分數都偏正向，但是自我效能及環境敏感度得分也未偏離中立意見太遠，顯示這些變項有再提升的空間，因此除了加強知識外，也要注重情意方面的提升。

第三節 食品綠色消費行為意圖分佈情形

本節主要目的在於回答研究問題三：「研究對象之食品綠色消費行為意圖情形為何？」

表 4-7 呈現食品綠色消費行為意圖的總分平均值、最大值、最小值及標準差，平均值為 44.44 分，高於中位數的總分，最大、最小值分別為 60、12，顯示研究對象行為意圖偏正向，且有超過一半的機率可能在未來一個月內，採行食品綠色消費行為，以利環境。另外，表 4-7 也呈現三種食品綠色消費行為意圖的總分平均值、最大值、最小值及標準差，整體而言，傳達相關資訊行為意圖的平均得分高於中位數，顯示研究對象有超過一半的機率可能在未來一個月內，傳達食品綠色消費相關資訊給別人，而產品選購及資源重複使用行為意圖得分雖小於中位數，但相差不多，表示研究對象在未來一個月內，不清楚是否會從事食品綠色消費或重複使用購物袋等資源。此結果與林玉貴（2001）、謝欣佳（2000）結果相符，對於從事食品綠色消費付出額外代價的意願及資源重複回收使用的意願並不是很高。

表 4-7 食品綠色消費行為意圖量表得分情形 (N=369)

量表名稱	題數	平均值	最大值	最小值	標準差
食品綠色消費行為意圖	12	44.44	60	12	6.81
產品選購行為意圖	5	17.56	25	5	3.22
資源重複使用行為意圖	4	15.71	20	4	2.89
傳達相關資訊行為意圖	3	11.18	15	3	2.11

註：行為意圖為每題 5~1 分

另外，表 4-8 呈現了食品綠色消費行為意圖量表的詳細填答情形。以下將其分為產品選購、資源重複使用及傳達相關資訊三部分來說明。

一、產品選購行為意圖

從表可知，第 2 題「我會去選購環保形象良好廠商所生產的食品」的平均值最高，達 4.15 分，在這之中有 50.7% 的人，表示可能在未來一個月內，去選購環保形象良好廠商所生產的食品，33.3% 的人，表示很有可能在未來一個月內，去選購環保形象良好廠商所生產的食品；最低分的為第 5 題「綠色產品並不普遍，但我還是會多花一點時間去買」，有 43.6% 的人不知道自己是否會在未來一個月內，多花一點時間去購買綠色產品，因此研究對象並非不可能去採取這樣的行為，只要加強環境教育，將有助於其行為實行。

二、資源重複使用行為意圖

根據表 4-8 顯示，第 9 題「我會重複使用食品的包裝紙或塑膠袋」有 46.4% 的人，表示可能在未來一個月內，會重複使用食品的包裝紙或塑膠袋，37.9% 的人，表示很有可能在未來一個月內，會重複使用食品的包裝紙或塑膠袋此結果與謝欣佳 (2000) 結果相似，51.6% 的學生願意主動帶購物袋去購物；而政府在 92 年實施「購物用塑膠袋限用政策」之後，委託蓋洛

普公司做了調查，結果顯示有 70.19%的人會將付費取得的購物用塑膠袋重複使用（行政院環保署，2003），由此看來，高的行為意圖配合政府政策實施，應可以達到良好的效果。

三、傳達相關資訊行為意圖

由表 4-8 可知，在傳達相關資訊意圖部分，以第 12 題「父、母親從事食品綠色消費時，我會跟著做」的平均得分最高，分別有 28.5%、56.4% 的人表示若父、母親從事食品綠色消費時，很有可能、可能跟著做，顯示研究對象受到父、母親的影響蠻大的。

表 4-8 研究對象之食品綠色消費行為意圖量表填答分佈情形

題目	很有可能 n (%)	可能 n (%)	不知道 n (%)	不可能 n (%)	很不可能 n (%)	Mean	SD
<u>產品選購行為意圖</u>							
1、我會因環保而盡量不購買加工食品（罐頭食品）	45 (12.2)	174 (47.2)	105 (28.5)	41 (11.1)	4 (1.1)	3.58	0.88
2、我會去選購環保形象良好廠商所生產的食品	123 (33.3)	187 (50.7)	51 (13.8)	7 (1.9)	1 (0.3)	4.15	0.74
3、我會選購包裝上有回收標誌的食品	41 (11.1)	153 (41.5)	144 (39.0)	23 (6.2)	8 (2.2)	3.53	0.85
4、即使綠色產品比其他產品貴，我還是會去購買	31 (8.4)	106 (27.4)	163 (44.2)	57 (15.4)	17 (4.6)	3.20	0.96
5、綠色產品並不普遍，但我還是會多花一點時間去買	23 (6.2)	95 (25.7)	161 (43.6)	76 (20.6)	14 (3.8)	3.10	0.93
<u>資源重複使用行為意圖</u>							
6、我會自備茶杯，避免用紙杯	76 (20.6)	136 (36.9)	110 (29.8)	38 (10.3)	9 (2.4)	3.63	1.00
7、我在選購食品會自備購物袋	108 (29.3)	185 (50.1)	50 (13.6)	19 (5.1)	7 (1.9)	4.00	0.90
8、父母購物時，我會請他們自備購物袋	106 (28.7)	164 (44.4)	71 (19.2)	22 (6.0)	6 (1.6)	3.93	0.93
9、我會重複使用食品的包裝紙或塑膠袋	140 (37.9)	172 (46.4)	35 (9.5)	18 (4.9)	4 (1.1)	4.15	0.86
<u>傳達相關資訊行為意圖</u>							
10、如果有關於食品綠色消費的一些資訊，我會主動去學習	34 (9.2)	110 (29.8)	157 (42.5)	60 (16.3)	8 (2.2)	3.28	0.92
11、老師教導關於食品綠色消費的知識，我願意傳達給家人知道	75 (20.3)	184 (49.4)	78 (21.1)	22 (6.0)	10 (2.7)	3.79	0.93
12、父、母親從事食品綠色消費時，我會跟著做	105 (28.5)	208 (56.4)	49 (13.3)	6 (1.6)	1 (0.3)	4.11	0.70

註：很有可能～很不可能計分為 5~1 分。

第四節 不同人口學變項的青少年，其食品綠色消費行為意圖之差異

本節主要目的在於回答研究問題：「具不同人口學特質的研究對象，其食品綠色消費行為意圖為何？」，並考驗研究假設一。

本研究之依變項（食品綠色消費行為意圖）屬於連續行等距資料，共有三種類型；因此擬應冊兩組樣本 t 檢定與單因子變異數分析 F 統計考驗法來探討性別、年籍、人格特質、父母婚姻狀況、父母教育程度及兄弟姊妹數等人口學變項對於食品綠色消費行為意圖的影響。

一、性別

表 4-9 是考驗性別與三種食品綠色消費行為意圖之兩組樣本 t 檢定，結果可知，在產品選購行為意圖 ($t=-2.46, p<0.05$)、資源重複使用行為意圖 ($t=-6.68, p<0.001$) 及傳達相關資訊行為意圖 ($t=-3.27, p<0.01$) 上，女生的食品綠色消費行為意圖顯著大於男生，此結果與相關文獻 (Shrum et al, 1995；晏涵立、劉潔心和陳富莉，1991；林秀瞳，1996；吳瓊斌，1997；王懋雪，1997；林玉貴，2001) 的結果相仿，再次驗證了相同的結果。

表 4-9 性別與食品綠色消費行為意圖之兩組樣本 t 檢定摘要表 (N=369)

依變項	性別	人數	Mean	SD	t
食品綠色消費行為意圖	男生	161	42.47	7.28	-5.07***
	女生	208	45.98	6.01	
產品選購行為意圖	男生	161	17.09	3.46	-2.46*
	女生	208	17.92	2.98	
資源重複使用行為意圖	男生	161	14.60	3.09	-6.68***
	女生	208	16.57	2.40	
傳達相關資訊行為意圖	男生	161	10.78	2.26	-3.27**
	女生	208	11.49	1.93	

註：*** $p<0.001$ ；** $p<0.01$ ；* $p<0.05$

二、年級

表 4-10 列出考驗年級與三種食品綠色消費行為意圖之變異數分析，結果顯示，整體行為意圖 ($F=0.46, p>0.05$)、產品選購行為意圖 $F=1.403$ ($p>0.05$)、資源重複使用行為意圖 ($F=2.93, p>0.05$) 及傳達相關資訊行為意圖 ($F=0.49, p>0.05$)，在此樣本中，高中生的食品綠色消費行為意圖不因年級不同而有所差異。Kinnear et al. (1974), Roper(1990), McEvoy (1972) 的研究也發現，年齡跟綠色消費行為沒有關係；但此結果與相關文獻 (Vining & Ebreo, 1990；吳瓊斌，1997；簡秀如，1995) 不同，這或許與研究對象不同有關係。

表 4-10 年級與食品綠色消費行為意圖之單因子變異數分析摘要表 (N=369)

依變項	年級	Mean	SD	F
食品綠色消費行為意圖	一年級	44.45	7.03	0.46
	二年級	44.02	5.81	
	三年級	44.84	7.48	
產品選購行為意圖	一年級	17.95	2.36	1.40
	二年級	17.27	2.95	
	三年級	17.47	3.33	
資源重複使用行為意圖	一年級	15.24	2.90	2.93
	二年級	15.72	2.56	
	三年級	16.12	3.12	
傳達相關資訊行為意圖	一年級	11.26	2.05	0.49
	二年級	11.02	1.89	
	三年級	11.25	2.35	

三、人格特質

表 4-11 列出考驗人格特質與三種食品綠色消費行為意圖之變異數分析，結果顯示資源重複使用行為意圖 ($F=0.79, p>0.05$) 不會因為人格特質而有所不同；而整體食品綠色消費行為意圖 ($F=3.36, p<0.01$)、產

品選購行為意圖 ($F=4.32, p<0.01$)、及傳達相關資訊行為意圖 ($F=2.69, p<0.05$)，因人格特質而有所不同。因此進一步採用 Scheff' s multiple-comparison procedure 來進行事後多重比較，瞭解究竟是哪些組別造成的差異，表 4-12~4-14 的事後比較結果可以看出，總是推行和沒有推行之間，和整體食品綠色消費行為意圖、產品選購行為意圖、傳達相關資訊行為意圖平均值差達到統計上的顯著水準，且平均差值為正值，其餘的則未達顯著，表示班上的班級幹部等具有領導特質的人綠色消費行為意圖較強，此結果與相關文獻 (Shrum et al., 1995; Balderjahn, 1988) 的結果相似，綠色消費者多有意見領袖的特質。

表 4-11 人格特質與食品綠色消費行為意圖之單因子變異數分析摘要表 (N=369)

依變項	人格特質	Mean	SD	F
食品綠色消費行為意圖	總是	45.17	7.46	3.36**
	經常	46.11	6.83	
	偶爾	44.47	6.57	
	很少	44.30	5.14	
	沒有	42.05	8.02	
產品選購行為意圖	總是	17.92	3.08	4.32**
	經常	18.39	3.06	
	偶爾	17.51	3.16	
	很少	17.71	2.74	
	沒有	16.24	3.74	
資源重複使用行為意圖	總是	16.04	3.43	0.79
	經常	16.04	2.75	
	偶爾	15.74	2.67	
	很少	15.55	2.81	
	沒有	15.25	3.36	
傳達相關資訊行為意圖	總是	11.21	2.34	2.69*
	經常	11.68	1.99	
	偶爾	11.22	2.11	
	很少	11.04	1.87	
	沒有	10.56	2.30	

註：** $p<0.01$ ；* $p<0.05$

表 4-12 人格特質與食品綠色消費行為意圖之 Scheff' s test 事後多重比較結果

依變項	人格特質	平均差值
食品綠色消費 行為意圖	班上的衛生股長或班級幹部進行環保行為推廣情形	
	總是-經常	-0.94
	總是-偶而	0.69
	總是-很少	0.86
	總是-沒有	3.12
	經常-偶而	1.63
	經常-很少	1.80
	經常-沒有	4.06*
	偶而-很少	0.17
偶而-沒有	2.43	
很少-沒有	2.26	

註：* $p < 0.05$ ；總是-經常表示總是推廣平均值減去經常推廣平均值，其餘以此類推。

表 4-13 人格特質與產品選購行為意圖之 Scheff' s test 事後多重比較結果

依變項	人格特質	平均差值
產品選購行為 意圖	班上的衛生股長或班級幹部進行環保行為推廣情形	
	總是-經常	-0.48
	總是-偶而	0.41
	總是-很少	0.21
	總是-沒有	1.68
	經常-偶而	0.88
	經常-很少	0.68
	經常-沒有	2.15*
	偶而-很少	-0.20
偶而-沒有	1.27	
很少-沒有	1.47	

註：* $p < 0.05$ ；總是-經常表示總是推廣平均值減去經常推廣平均值，其餘以此類推。

表 4-14 人格特質與傳達相關資訊行為意圖之 Scheff' s test 事後多重比較結果

依變項	人格特質	平均差值
傳達相關資訊 班上的衛生股長或班級幹部進行環保行為推廣情形 行為意圖	總是-經常	-0.47
	總是-偶而	-1.65E-02
	總是-很少	0.16
	總是-沒有	0.65
	經常-偶而	0.45
	經常-很少	0.64
	經常-沒有	1.12*
	偶而-很少	0.18
	偶而-沒有	0.67
	很少-沒有	0.49

註：* $p < 0.05$ ；總是-經常表示總是推廣平均值減去經常推廣平均值，其餘以此類推。

四、父母婚姻狀況

表 4-15 為考驗父母婚姻狀況與三種食品綠色消費行為意圖的變異數分析，整體食品綠色消費行為意圖 ($F=0.59, p > 0.05$)、產品選購行為意圖 ($F=1.02, p > 0.05$)、資源重複使用行為意圖 ($F=0.39, p > 0.05$) 及傳達相關資訊行為意圖 ($F=0.69, p > 0.05$)，均不因父母婚姻狀況的不同而有所差異。

表 4-15 人格特質與食品綠色消費行為意圖之單因子變異數分析摘要表 (N=369)

依變項	父母婚姻	Mean	SD	F
食品綠色消費 行為意圖	父母皆歿	38.00	2.83	0.59
	單親(一人已歿)	45.18	4.45	
	未離婚, 但分居	43.14	3.34	
	已離婚	45.05	6.60	
	一般婚姻關係, 同住	44.47	6.96	
	其他	39.00		
產品選購行為 意圖	父母皆歿	15.00	0.00	1.02
	單親(一人已歿)	18.00	2.05	
	未離婚, 但分居	16.57	2.30	
	已離婚	17.37	3.62	
	一般婚姻關係, 同住	17.60	3.25	
	其他	14.00		
資源重複使用 行為意圖	父母皆歿	13.00	1.41	0.39
	單親(一人已歿)	16.45	2.16	
	未離婚, 但分居	16.00	1.53	
	已離婚	16.53	2.44	
	一般婚姻關係, 同住	15.65	2.95	
	其他	13.00		
傳達相關資訊 行為意圖	父母皆歿	10.00	1.41	0.69
	單親(一人已歿)	10.73	1.85	
	未離婚, 但分居	10.57	0.79	
	已離婚	11.16	2.06	
	一般婚姻關係, 同住	11.21	2.15	
	其他	12.00		

五、父親教育程度

表 4-16 為考驗父親教育程度與三種食品綠色消費行為意圖的變異數分析結果, 整體食品綠色消費行為意圖並不受父親教育程度所影響 ($F=0.28, p>0.05$) 未達到顯著水準, 產品選購行為意圖 ($F=0.36, p>0.05$)、資源重複使用行為意圖 ($F=0.33, p>0.05$) 及傳達相關資訊行為意圖 ($F=0.54, p>0.05$), 均不因父親教育程度的不同而有所不同。

表 4-16 父親教育程度與食品綠色消費行為意圖之單因子變異數分析摘要表(N=369)

依變項	父親教育程度	Mean	SD	F
食品綠色消費行為意圖	小學或以下	44.02	5.92	0.28
	國中	44.84	6.15	
	高中職	44.71	6.58	
	專科、大學	44.16	7.98	
	研究所或以上	43.43	6.03	
產品選購行為意圖	小學或以下	17.46	2.83	0.36
	國中	17.70	3.10	
	高中職	17.65	3.17	
	專科、大學	17.51	3.48	
	研究所或以上	16.64	3.86	
資源重複使用行為意圖	小學或以下	15.72	2.86	0.33
	國中	15.70	2.42	
	高中職	15.90	2.85	
	專科、大學	15.48	3.31	
	研究所或以上	15.50	2.18	
傳達相關資訊行為意圖	小學或以下	10.85	2.04	0.54
	國中	11.43	2.02	
	高中職	11.17	2.06	
	專科、大學	11.17	2.35	
	研究所或以上	11.29	1.38	

六、母親教育程度

表 4-17 為考驗母親教育程度與三種食品綠色消費行為意圖的變異數分析，整體食品綠色消費行為意圖 ($F=0.52, p>0.05$)、產品選購行為意圖 ($F=0.58, p>0.05$)、資源重複使用行為意圖 ($F=0.78, p>0.05$) 及傳達相關資訊行為意圖 ($F=0.15, p>0.05$)，均不因母親教育程度的不同而有所不同。綜合父母親的教育程度來看，兩者均未達到顯著，顯示父母教育程度的不同不會造成行為意圖的不同，此結果與相關文獻 (Mainieri, Barbett & Elaine, 1997; Kinnear et al., 1974; 陳思利, 2002; 王懋雪, 1997) 相似，其行為意圖不會因為家庭社經地位不同而有所不同。

表 4-17 母親教育程度與食品綠色消費行為意圖之單因子變異數分析摘要表(N=369)

依變項	母親教育程度	Mean	SD	F
食品綠色消費行為意圖	小學或以下	44.22	6.25	0.52
	國中	44.78	6.10	
	高中職	44.75	6.43	
	專科、大學	43.64	8.65	
	研究所或以上			
產品選購行為意圖	小學或以下	17.40	3.10	0.58
	國中	17.70	3.09	
	高中職	17.73	2.89	
	專科、大學	17.18	4.06	
	研究所或以上			
資源重複使用行為意圖	小學或以下	15.76	2.63	0.78
	國中	15.95	2.67	
	高中職	15.77	2.83	
	專科、大學	15.26	3.45	
	研究所或以上			
傳達相關資訊行為意圖	小學或以下	11.06	1.93	0.15
	國中	11.13	2.11	
	高中職	11.25	2.06	
	專科、大學	11.19	2.39	
	研究所或以上			

二、兄弟姊妹情形

表 4-18 為考驗兄弟姊妹情形與三種食品綠色消費行為意圖的變異數分析，整體食品綠色消費行為意圖 ($F=1.67, p>0.05$)、產品選購行為意圖 ($F=0.58, p>0.05$)、資源重複使用行為意圖 ($F=0.78, p>0.05$) 及傳達相關資訊行為意圖 ($F=0.15, p>0.05$)，均不因兄弟姊妹情形不同而有所不同。

表 4-18 兄弟姊妹情形與食品綠色消費行為意圖之單因子變異數分析摘要表(N=369)

依變項	兄弟姊妹情形	Mean	SD	F
食品綠色消費行為意圖	沒有	43.39	9.35	1.67
	一位	43.76	7.04	
	二位	43.39	9.35	
	三位	45.88	6.51	
	四位	48.60	1.67	
產品選購行為意圖	沒有	16.86	3.77	0.98
	一位	17.42	3.25	
	二位	17.70	3.01	
	三位	18.03	3.51	
	四位	19.20	2.17	
資源重複使用行為意圖	沒有	15.32	4.04	1.20
	一位	15.46	2.85	
	二位	15.89	2.80	
	三位	16.38	2.40	
	四位	16.80	1.10	
傳達相關資訊行為意圖	沒有	11.21	2.38	2.03
	一位	10.88	2.25	
	二位	11.42	1.80	
	三位	11.47	2.25	
	四位	12.60	0.55	

八、與父母同住的情形

表 4-19 為考驗與父母同住的情形與三種食品綠色消費行為意圖的變異數分析，整體食品綠色消費行為意圖 ($F=0.88, p>0.05$)、產品選購行為意圖 ($F=0.54, p>0.05$)、資源重複使用行為意圖 ($F=2.09, p>0.05$) 及傳達相關資訊行為意圖 ($F=0.13, p>0.05$)，均不因與父母同住的情形不同而有所不同。

表 4-19 與父母同住情形與食品綠色消費行為意圖之單因子變異數分析摘要表
(N=369)

依變項	與父母同住情形	Mean	SD	F
食品綠色消費行為意圖	父母皆歿，與其他人同住	48.00	16.97	0.88
	與父母親住在一起	44.30	6.99	
	只與父親住在一起	47.83	8.64	
	只與母親住在一起	45.63	4.49	
	父母皆在，但與其他親戚、朋友住在一起	43.31	4.71	
產品選購行為意圖	父母皆歿，與其他人同住	20.00	7.07	0.54
	與父母親住在一起	17.49	3.25	
	只與父親住在一起	18.50	4.85	
	只與母親住在一起	17.90	2.73	
	父母皆在，但與其他親戚、朋友住在一起	17.69	2.65	
資源重複使用行為意圖	父母皆歿，與其他人同住	16.00	5.66	2.09
	與父母親住在一起	15.64	2.95	
	只與父親住在一起	18.00	1.67	
	只與母親住在一起	16.47	2.18	
	父母皆在，但與其他親戚、朋友住在一起	14.63	2.39	
傳達相關資訊行為意圖	父母皆歿，與其他人同住	12.00	4.24	0.13
	與父母親住在一起	11.17	2.16	
	只與父親住在一起	11.33	3.27	
	只與母親住在一起	11.27	1.48	
	父母皆在，但與其他親戚、朋友住在一起	11.00	1.59	

七、居住房子

表 4-20 為考驗居住房子情形與三種食品綠色消費行為意圖的變異數分析，整體食品綠色消費行為意圖 ($F=1.34, p>0.05$)、產品選購行為意圖 ($F=0.65, p>0.05$)、資源重複使用行為意圖 ($F=1.96, p>0.05$) 及傳達相關資訊行為意圖 ($F=1.31, p>0.05$)，均不因居住房子情形不同而

有所不同。此結果和唐孝蘭（2001）的相似，其資源回收行為意圖不因住屋屬權不同而有所差異；但此結果和Mainieri et al.（1997）的研究自己擁有房子的人較會有資源回收行為不同，這可能是研究對象及文化環境不同的緣故。

表 4-20 居住房子與食品綠色消費行為意圖之單因子變異數分析摘要表 (N=369)

依變項	居住房子	Mean	SD	F
食品綠色消費行為意圖	租借的	46.65	6.16	1.34
	自家擁有	44.22	6.87	
	租借的,但有另外買房子	44.25	3.10	
	公司的員工宿舍	47.50	10.61	
產品選購行為意圖	租借的	18.29	3.05	0.65
	自家擁有	17.50	3.22	
	租借的,但有另外買房子	16.75	0.96	
	公司的員工宿舍	17.50	9.19	
資源重複使用行為意圖	租借的	16.71	2.56	1.96
	自家擁有	15.59	2.92	
	租借的,但有另外買房子	17.25	1.71	
	公司的員工宿舍	17.00	0.00	
傳達相關資訊行為意圖	租借的	11.65	1.85	1.31
	自家擁有	11.14	2.13	
	租借的,但有另外買房子	10.25	1.50	
	公司的員工宿舍	13.00	1.41	

綜合本節的討論，發現在社會人口學變項中，除了性別與人格特質外，其餘的年級、父母婚姻、父母教育程度等等並不會影響研究對象的食品綠色消費行為意圖，這或許對於推動綠色消費來說是好事，因為家庭結構及社經地位我們無法改變，也無法掌控，因此排除了這些影響因素，要推動食品綠色消費將會較容易。而性別與人口特質會影響到食品綠色消費

行為意圖，其中性別也是無法改變的，但是可以針對人格特質的部分加以運用。具有意見領袖或領導特質的人本身的食品綠色消費行為意圖較強，運用他們的特質可以帶領、影響別人去從事食品綠色消費，這點在未來推動綠色消費時，是可以好好運用的地方。

第五節 各變項與食品綠色消費行為意圖的影響

本節主要目的在於回答研究問題五：「高中生之人口學變項、食品綠色消費知識、態度、自我效能及環境敏感度等變項，與食品綠色消費行為意圖的關係為何？」，並考驗研究假設二和三。

一、各預測變項與食品綠色消費行為意圖的關係

參照第四節人口學變項與食品綠色消費行為意圖關係的結果中，選出有顯著的變項分別為：性別和人口特質，將這兩個變項與影響食品綠色消費行為意圖因素共同作為預測變項，來探討其與食品綠色消費行為意圖之關係為何。由於本研究的預測變項中含有類別變項（性別），因此需先將此變項進行虛擬變項（Dummy variable）轉換，以使其適合進行迴歸分析（Hardy, 1993），而轉換方式呈現在表 4-21 中。

表 4-21 類別變項轉換虛擬變項結果

類別變項名稱	虛擬變項轉換
<u>性別</u>	
男	1
女	0

由表 4-22 的相關矩陣可知，食品綠色消費知識、態度、自我效能、環境敏感度、性別及人格特質等預測變項與食品綠色消費行為意圖間的相

關都達到統計上的顯著水準，因此可知，食品綠色消費知識、態度、自我效能環境敏感度、性別及人格特質與食品綠色消費行為意圖有顯著相關。其中食品綠色消費態度與行為意圖間的相關係數最高 ($r=0.65$, $p<0.01$)，此結果與唐孝蘭 (2001)、柯惠珍 (1998) 相似，其次為食品綠色消費自我效能與行為意圖的相關 ($r=0.59$, $p<0.01$) 再其次為環境敏感度與行為意圖的相關 ($r=0.54$, $p<0.01$)、性別與行為意圖的相關 ($r=-0.17$, $p<0.01$)、人格特質與行為意圖的相關 ($r=0.54$, $p<0.01$) 食品綠色消費知識與行為意圖的相關 ($r=0.10$, $p<0.05$)，此部分和唐孝蘭 (2001) 的結果相似，知識和行為意圖有相關，但並不是非常強；另外，所有的相關值均為正值，表示這些預測變項與食品綠色消費行為意圖間存有不同程度的正相關。因此，當研究對象之食品綠色消費知識愈高、食品綠色消費態度愈正向、食品綠色消費自我效能愈高、環境敏感度愈高，女性及具有意見領袖的特質，則其食品綠色消費行為意圖也有愈強烈的情形。

表 4-22 食品綠色消費行為意圖與各預測變項之相關矩陣 (N=369)

變項名稱	食品綠 色消費 知識	食品綠 色消費 態度	食品綠 色消費 自我放 能	環境敏 感度	性別	人格特質	食品綠色 消費行為 意圖
食品綠色消費知識	1.00						
食品綠色消費態度	0.16**	1.00					
食品綠色消費自我效能	0.03	0.50**	1.00				
環境敏感度	0.03	0.46**	0.57**	1.00			
性別	-0.05	-0.12*	-0.00	-0.05	1.00		
人格特質	-0.07	-0.07	-0.07	-0.13*	0.38**	1.00	
食品綠色消費行為意圖 ^a	0.10*	0.65**	0.59**	0.54**	-0.26**	-0.17**	1.00

註：a 為依變項；** $p<0.01$ ；* $p<0.05$ 。

為了進一步瞭解是什麼因素跟行爲意圖有關係，以下把各預測變項和食品綠色消費行爲意圖的詳細關係再做探討：

(一) 食品綠色消費知識

知識的部分只有在第 11 題「食品的包裝愈精緻愈不環保」的部分和行爲意圖達到相關 ($r=0.15, p<0.01$)，所以研究對象對於包裝的知識和行爲意圖是有相關的。

(二) 食品綠色消費態度

由表 4-23 中可知，第 9 題「多花一點錢購買比較環保的食品是值得的」與行爲意圖之相關係數最高 ($r=0.53, p<0.01$)，其次為第 8 題「為了購買比較環保的食品，花時間去蒐集相關資訊是值得的」($r=0.51, p<0.01$)、第 7 題「為了環保，雖然要到遠一點的地方才能買到較環保的食品，也是值得的」($r=0.48, p<0.01$)、第 6 題「為了環保而改變食品消費習慣是值得的」($r=0.43, p<0.01$)，所以多花點時間和金錢而可以購買較環保的食品態度愈正向，食品綠色消費行爲意圖就會愈強。

表 4-23 食品綠色消費行爲意圖與食品綠色消費態度相關表

題目	食品綠色消費行爲意圖相關係數
1、為了環保降低對食品包裝美觀的要求，是值得的	0.30**
*2、食品包裝回收再利冊花時間人才，不值得去做	0.28**
3、政府應鼓勵研發比較環保的食品包裝材料	0.31**
4、從事食品綠色消費對環境有益	0.33**
5、自備餐具冊餐雖不方便，對於環境是有益的	0.38**
6、為了環保而改變食品消費習慣是值得的	0.43**
7、為了環保，雖然要到遠一點的地方才能買到較環保的食品，也是值得的	0.48**
8、購買較環保的食品，花時間去蒐集資訊是值得的	0.51**
9、多花一點錢購買比較環保的食品是值得的	0.53**

註：1. ** $p<0.01$

2. 有*者為反向題

(三) 食品綠色消費自我效能

表 4-24 顯示，第 1 題「你知道有關食品綠色消費的知識時，要你從事食品綠色消費對你而言」與食品綠色消費行為意圖相關最高 ($r=0.45, p<0.01$)，只要有足夠的食品綠色消費知識，對於研究對象來說，愈有把握從事食品綠色消費；另外第 9 題「從今以後，政府推行相關政策，我……配合從事食品綠色消費」相關係數也達顯著 ($r=0.38, p<0.01$)，結果顯示愈有自信配合政府推行的相關政策，食品綠色消費行為意圖就愈高。現在政府推行免冊免洗餐具、自備購物袋等政策，都是需要民眾密切的配合及支持的，因此提高自我效能，能有效提高食品綠色消費行為意圖。

表 4-24 食品綠色消費行為意圖與食品綠色消費自我效能相關表

題目	食品綠色消費行為意圖相關係數
1、你知道有關食品綠色消費的知識時，要你從事食品綠色消費對你而言	0.45**
2、當家人都不從事食品綠色消費時，要你從事食品綠色消費，對你而言	0.34**
3、當沒有家人或老師的鼓勵時，要你從事食品綠色消費，對你而言	0.40**
4、當你覺得從事食品綠色消費是件麻煩事時，要你從事食品綠色消費，對你而言	0.33**
5、當你知道綠色產品較其他產品貴時，要你購買其產品，對你而言	0.42**
6、當購買綠色產品不方便時，要你購買其產品，對你而言	0.32**
7、當食品包裝簡單但是環保又衛生時，要你購買此項食品，對你而言	0.30**
8、從今以後，我……從事食品綠色消費	0.44**
9、從今以後，政府推行相關政策，我……配合從事食品綠色消費	0.38**

註：** $p<0.01$

(四) 環境敏感度

由表 4-25 可知，第 2 題「你關心自己的消費行為造成環境問題的程度？」與食品綠色消費行為意圖的相關係數最高 ($r=0.45, p<0.01$)，代表研究對象關心自己消費行為造成環境問題的敏感度愈高，其食品綠色消費行為意圖就愈強；次高的為第 6 題「你會主動瞭解環境相關資訊的程度？」， $r=0.42, p<0.01$ ，愈能主動瞭解環境相關資訊其食品綠色消費行為意圖就愈強，此題與食品消費自我效能第 1 題相呼應，只要擁有足夠的知識、主動瞭解有關環境資訊，食品綠色消費行為意圖就會強烈，這也說明了知識是影響行為意圖的一個先決條件。

表 4-25 食品綠色消費行為意圖與環境敏感度相關表

題目	食品綠色消費行為意圖相關係數
1、你對下一代的生活環境關心的程度？	0.38**
2、你關心自己的消費行為造成環境問題的程度？	0.45**
3、你閱讀有關自然環境的書籍、雜誌的程度	0.33**
4、你能感受、欣賞、並關心環境的程度？	0.41**
5、你覺得目前人類過度開發地球資源？	0.25**
6、你會主動瞭解環境相關資訊的程度？	0.42**
7、你覺得目前森林等自然環境被破壞？	0.19**
8、你對於環保團體的活動的關心程度？	0.32**

註：** $p<0.01$

二、預測變項與三種食品綠色消費行為意圖的關係

由表 4-26 的相關矩陣可知，除了食品綠色消費知識外，食品綠色消費態度、食品綠色消費自我效能、環境敏感度及性別與選購產品、資源重複使用及傳達相關資訊行為意圖的相關均達到統計上的顯著水準。其中食品綠色消費自我效能與產品選購行為意圖 ($r=0.71, p<0.01$)、食品綠色消費態度與資源重複使用行為意圖 ($r=0.50, p<0.01$) 與環境敏感度與傳達相關資訊行為意圖 ($r=0.52, p<0.01$) 三者的相關係數最高，再次

證明態度、自我放能及環境敏感度是影響行為意圖的重要變項。另外，所有的相關值均為正值，顯示當研究對象之食品綠色消費知識愈高、食品綠色消費態度愈正向、食品綠色消費自我放能愈高、環境敏感度愈高，女性及具有領導特質的人，則產品選購、資源重複使用及傳達相關資訊的行為意圖也愈強烈。

表 4-26 三種食品綠色消費行為意圖與各預測變項之相關矩陣 (N=369)

變項名稱	食品綠色消費知識	食品綠色消費態度	食品綠色消費自我放能	環境敏感度	性別	人格特質	產品選購	資源重複使用	傳達相關資訊
食品綠色消費知識	1.00								
食品綠色消費態度	0.16**	1.00							
食品綠色消費自我放能	0.03	0.50**	1.00						
環境敏感度	0.03	0.46**	0.57**	1.00					
性別	-0.05	-0.12*	-0.00	-0.05	1.00				
人格特質	-0.065	-0.07	-0.07	-0.13*	0.38**	1.00			
產品選購	0.13*	0.71**	0.71**	0.59**	-0.14**	-0.17**	1.00		
資源重複使用	0.10	0.50**	0.36**	0.40**	-0.34**	-0.09	0.58**	1.00	
傳達相關資訊	0.04	0.51**	0.49**	0.52**	-0.17**	-0.15**	0.67**	0.49**	1.00

註：** $p < 0.01$ ；* $p < 0.05$ 。

另外，從表 4-26 中才可發現食品綠色消費知識、態度、食自我放能及環境敏感度等預測變項彼此之間也有些相關達到統計上顯著水準的情形存在，顯示這些變項並非完全是兩兩相互獨立的變項，而是有部分重疊的現象，因此在後續的多元線性迴歸分析 (Multiple linear regression analysis) 時，需特別注意是否有嚴重的多元共線性問題。

三、各預測變項對綠色消費行為意圖的預測情形與解釋力

為探討食品綠色消費知識、態度、自我效能、環境敏感度、性別及人格特質等預測變項對食品綠色消費行為意圖的預測情形，擬以多元線性迴歸分析 (Multiple linear regression analysis) 來進行資料的處理。當我們在應用多元迴歸分析時，資料最好能符合下列的統計前提：1. 常態性，即給定每一個預測變數 x 值後， y 值的分配具有常態性；2. 正質性，【及變異數正質性】；3. 獨立性，及放標變項的各個觀察值必須是互相獨立的；4. 線性，預測變項與放標變項應呈現線性關係 (陳順宇，2000)。另外，迴歸係數的容忍度 (Tolerance) 及變異數膨脹係數 (Variance inflation factor, VIF)，可作為檢定自變項間是否有線性重合問題的依據。其中容忍度的值小於 0.1，變異數膨脹係數大於 10，則表示有共線現象 (林清山，1992；王保進，2002)。

基本上，本研究之分析資料均無違反多元迴歸分析的統計前提，不過在 369 個觀察值中有 5 個學生殘差值過高 (>3)，予以刪除，故只保留 364 個觀察值進行多元迴歸分析。由圖 4-1~4-3 的食品綠色消費行為意圖之標準化殘差次數分配圖、標準化殘差常態機率分配 P-P 圖，可以看出其在殘差的機率分配是趨近於常態分配；而在標準化殘差散佈圖中也可以看出在刪除極端值後，其殘差分佈介於 ± 3 之間。

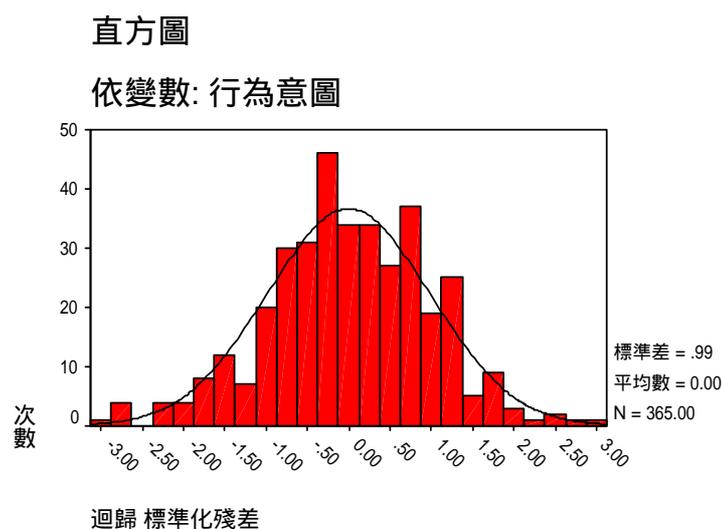


圖4-1 影響食品綠色消費行為意圖因素之標準化殘差次數分配圖

迴歸 標準化殘差的常態 P-P 圖

依變數: 行為意圖

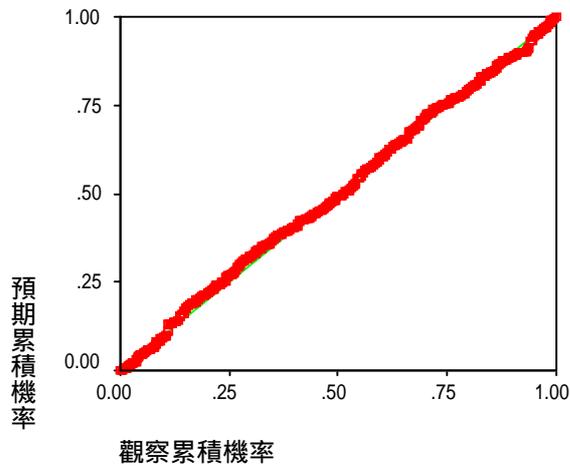


圖4-2 影響食品綠色消費行為意圖因素之標準化殘差常態機率分配P-P圖

散佈圖

依變數: 行為意圖

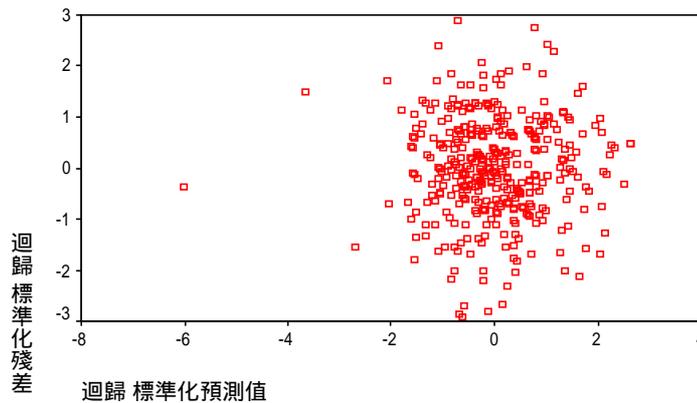


圖4-3 影響食品綠色消費行為意圖因素之標準化殘差散佈圖

而根據表 4-27 的結果才發現，各預測變項間的容忍度 (Tolerance) 均未小於 0.1；變異數膨脹係數 (Variance inflation factor, VIF) 均未大於 10，因此各預測變項間並沒有多元共線性的現象。

表 4-27 食品綠色消費行為意圖各預測變項的多元共線性診斷指標

變項名稱	容忍度 (Tolerance)	變異數膨脹係數 (VIF)
食品綠色消費知識	0.97	1.04
食品綠色消費態度	0.67	1.49
食品綠色消費自我效能	0.61	1.65
環境敏感度	0.63	1.593=
性別	0.84	1.20
人格特質	0.84	1.20

在上述各項統計前提都符合的情況下，依據表 4-28 多元迴歸分析結果可知此迴歸分析統計模式的適合度達到統計上的顯著水準，因為整體性 F 考驗值為 90.07 ($p < 0.001$)，亦即使將性別、人格特質及影響食品綠色消費行為意圖因素共同作為預測變項來預測食品綠色消費行為意圖是有意義的，而且也顯示這些變項共可解釋食品綠色消費行為意圖之變異量達 60.20%。

表 4-28 各變項與食品綠色消費行為意圖的多元迴歸分析摘要表

模式	R	R ²	F
1	0.776	0.602	90.07***

註：註：*** $p < 0.001$

另外，表 4-29 中各變項對於食品綠色消費行為意圖之迴歸係數的統計考驗結果，從表中的 β 值（取絕對值）可知，在排除其他預測變項的影響後，各預測變項對食品綠色消費行為意圖的影響以食品綠色消費態度最大，其他依序為食品綠色消費自我效能、性別、和環境敏感度，所有的預測變項皆對食品綠色消費行為意圖具有正向影響力，其中除了食品綠色消費知識和人格特質以外，食品綠色消費態度 ($t_{(365)} = 10.36, p < 0.001$)、食品綠色消費自我效能 ($t_{(365)} = 6.75, p < 0.001$)、性別 ($t_{(365)} = 5.37, p < 0.001$) 及環境敏感度 ($t_{(365)} = 4.03, p < 0.001$) 的影響力均達到統計上

的顯著水準，而由表 4-29 可得到這些變項的迴歸模式為：

$$Y(\text{食品綠色消費行為意圖}) = 0.43 + 4.970E-02X(\text{食品綠色消費知識}) + 0.45X(\text{食品綠色消費態度}) + 0.31X(\text{食品綠色消費自我效能}) + 0.17X(\text{環境敏感度}) - 0.22X(\text{性別}) - 1.126E-02X(\text{人格特質})$$

因此，在適當的範圍內就可以利用食品綠色消費知識等變項來預測研究對象之食品綠色消費行為意圖的情形。而各預測變項對於食品綠色消費行為意圖的影響仍是以食品綠色消費態度最大，其 β 值為 0.42，亦即食品綠色態度每增加一個單位，食品綠色消費行為意圖就會增加 0.42 個單位。

表 4-29 各預測變項對食品綠色消費行為意圖之迴歸係數統計考驗

變項名稱	b	Seb	β	t
截距	0.43	0.24	0	1.79
食品綠色消費知識	4.970E-02	0.21	0.01	0.24
食品綠色消費態度	0.45	0.04	0.42	10.36***
食品綠色消費自我效能	0.31	0.05	0.29	6.75***
環境敏感度	0.17	0.04	0.17	4.03***
性別	-0.22	0.04	-0.20	-5.37***
人格特質	-1.126E-02	0.02	-0.02	-0.65

註：*** $p < 0.001$

食品綠色消費知識的迴歸係數雖未達到顯著水準，但並不表示此變項與依變項沒有關係，從表 4-21 的積差相關係數可知，食品綠色消費知識與食品綠色消費行為意圖之相關為 0.10，以達 .05 顯著水準，其在迴歸模式不能顯著的原因，可能是食品綠色消費知識與食品綠色消費態度有相關（但不是非常高），而食品綠色消費態度對於食品綠色消費行為意圖的影響最大，因此食品綠色消費知識與食品綠色消費行為意圖的相關，在迴歸模式中被食品綠色消費態度解釋掉（partial out）。所以食品綠色消費知識還是對食品綠色消費行為意圖有影響力，只是比較小罷了。另外，人格特質之迴歸係數在迴歸模式中才沒有達到顯著，但不能說他對食品綠色消費行為意圖沒有影響，只能說影響力沒這麼大，或是兩者之間還存在著許多不

確定因素的關係。而性別之迴歸係數在迴歸模式中顯著且大於環境敏感度，可見性別在影響食品綠色消費行為意圖上佔有重要的地位，但什麼原因造成性別對食品綠色消費行為意圖，還有待商榷。雖然性別我們無法改變，但可以藉由教育來改變其知識、態度及技能，甚至可以教導女性如何影響男性或家人去改變想法、態度及行為，例如：學校在實行環境教育、環保活動時，可以以女同學為帶領者、小老師，增強其學習情形及行動落實度。

在其他相關研究中 (MacKenzie, 2000; Straughan & Roberts, 1999; Kinnear & Talor, 1974; 李佳蓉, 2001; 林玉貴, 2001; 謝欣佳, 2000; 黃述祺, 1998; 吳瓊斌, 1997; 呂正成, 1994), 食品綠色消費知識、態度、自我效能、環境敏感度、性別及人格特質等變項，往往直接用來預測綠色消費行為，但是，本研究參考 Ajzen et al. (1980) 的觀點，認為食品綠色消費行為意圖應為食品綠色消費行為發生與否的立即決定因子，其他的預測變項是透過食品綠色消費行為意圖才影響食品綠色消費行為，所以本研究只探討各預測變項對食品綠色消費行為意圖的影響，而非直接用來預測綠色消費行為，因此在結果比較上較困難，但仍可做為參考。

本研究中，發現食品綠色消費態度、自我效能及環境敏感度是有效預測食品綠色消費行為意圖的變項，態度方面，此結果與 Straughan & Roberts (1999); 謝欣佳 (2000) 和林玉貴 (2001) 的結果最相似，都顯示綠色消費態度對於綠色消費行為意圖最有影響力；而 Roberts (1996); Roberts & Bacon (1997); Straughan & Roberts (1999) 和王懋雪 (1997) 的研究才指出自我效能的確是有效預測綠色消費行為意圖的變項之一；環境敏感度方面，結果和 Sivek & Hungerford (1990); 吳鵬兆 (2000); 謝欣佳 (2000); 許世璋 (1999) 及王懋雪 (1997) 相似，綜合上述，再次驗證了食品綠色消費態度、食品綠色消費自我效能及環境敏感度能有效預測食品綠色消費行為意圖。

至於在食品綠色消費知識方面，前已述及雖然和行為意圖沒有顯著，

但是仍有相關，林玉貴（2001）和黃述祺（1998）的研究才有相同的結果，在教育界的傳統想法，認為知識可以影響個人態度，而態度再轉而產生行為，知識是一個基本因素；另外，在現行九年一貫的課程，強調的是知識、情意、技能三種能力的培養，一改以往只重知識層面的情況，但必須瞭解的是，知識仍然是需要的且基本的，所以知識在綠色消費中，仍是不可或缺的因素。

四、各預測變項對三種食品綠色消費行為意圖的預測情形與解釋力

根據表 4-30 的結果發現，各預測變項間的容忍度（Tolerance）均未小於 0.1；變異數膨脹係數（Variance inflation factor, VIF）均未大於 10，因此確認變項間無多元共線性的現象發生。但在產品選購行為意圖中有 3 個觀察值的殘差過高（>3）；資源重複使用行為意圖有 3 個觀察值的殘差過高（>3）；傳達相關資訊行為意圖有 2 個觀察值的殘差過高（>3），分別予以刪除，其餘保留下的資料在進行多元迴歸分析。

表 4-30 三種食品綠色消費行為意圖與預測變項的多元共線性診斷指標

變項名稱	產品選購行為意圖		資源重複使用行為意圖		傳達相關資訊行為意圖	
	容忍度 (Tolerance)	變異數膨脹 係數 (VIF)	容忍度 (Tolerance)	變異數膨脹 係數 (VIF)	容忍度 (Tolerance)	變異數膨脹 係數 (VIF)
食品綠色消費 知識	0.98	1.03	0.97	1.03	0.97	1.03
食品綠色消費 態度	0.68	1.47	0.68	1.47	0.70	1.43
食品綠色消費 自我效能	0.61	1.65	0.62	1.64	0.62	1.63
環境敏感度	0.63	1.60	0.64	1.57	0.65	1.55
性別	0.84	1.19	0.84	1.19	0.83	1.20
人格特質	0.84	1.19	0.84	1.19	0.82	1.22

(一) 產品選購行為意圖

在上述各項統計前提都符合的情況下，依據表 4-31 多元迴歸分析結果可知，此迴歸分析統計模式的適合度達到統計上的顯著水準，其整體性 F 統計考驗的值為 154.35 ($p < 0.001$)，亦即使將食品綠色消費知識、態度、自我放能、環境敏感度、性別及人格特質等變項來預測產品選購行為意圖是有意義的。而且可知，食品綠色消費知識、態度、食自我放能、環境敏感度、性別及人格特質共可解釋產品選購行為意圖的變異量達 72.1%。

表 4-31 各預測變項與產品選購消費行為意圖的多元迴歸分析摘要表

模式	R	R ²	F
1	0.849	0.721	154.35***

註：*** $p < 0.001$

另外，由表 4-32 中的 β 值（取絕對值）可知，顯示在排除其他變項的影響後，各預測變項對產品選購行為意圖的影響以食品綠色消費自我放能最大，其次依序為食品綠色消費態度、環境敏感度及食品綠色消費知識，所有的預測變項皆對產品選購行為意圖具有正向影響力，其中除了食品綠色消費知識以外，食品綠色消費態度 ($t_{(366)} = 11.64$, $p < 0.001$)、食品綠色消費自我放能 ($t_{(366)} = 11.93$, $p < 0.001$) 及環境敏感度 ($t_{(366)} = 4.89$, $p < 0.001$) 的影響力均達到統計上的顯著水準，這代表著當食品綠色消費態度愈正向、食品綠色消費自我放能愈高、環境敏感度愈高，則可以預測其產品選購行為意圖也會有愈強烈的情形。而由表 4-32 可得到這些變項的迴歸模式為：

$$Y_{(\text{產品選購行為意圖})} = 0.14 + 8.102E-02X_{(\text{食品綠色消費知識})} + 0.36X_{(\text{食品綠色消費態度})} + 0.38X_{(\text{食品綠色消費自我放能})} + 0.15X_{(\text{環境敏感度})} - 5.125E-02X_{(\text{性別})} - 2.229E-02X_{(\text{人格特質})}$$

因此，在適當的範圍內就可以利用食品綠色消費知識等變項來預測研究對象之產品選購行為意圖的情形。

比較食品綠色消費態度、食品綠色消費自我效能和環境敏感度這三個變項的影響情形，對於產品選購行為意圖的影響力為食品綠色消費自我效能 > 食品綠色消費態度 > 環境敏感度，因為由 β 值可知當食品綠色消費態度增加一個單位時，產品選購行為意圖會隨著增加 0.40 個單位，而當食品綠色消費自我效能增加一個單位時，產品選購行為意圖增加 0.43 個單位，其與食品綠色消費態度對產品選購行為意圖的影響相當接近，當環境敏感度增加一個單位時，產品選購行為意圖只增加 0.17 個單位。

表 4-32 各預測變項對產品選購行為意圖之迴歸係數統計考驗

變項名稱	b	Seb	β	t
截距	0.14	0.17	0	0.84
食品綠色消費知識	8.102E-02	0.15	0.02	0.53
食品綠色消費態度	0.36	0.03	0.40	11.64***
食品綠色消費自我效能	0.38	0.03	0.43	11.93***
環境敏感度	0.15	0.03	0.17	4.89***
性別	-5.125E-02	0.03	-0.05	-1.79
人格特質	-2.229E-02	0.01	-0.06	-1.81

註：*** $p < 0.001$

(二)、資源重複使用行為意圖

在上述各項統計前提都符合的情況下，依據表 4-33 多元迴歸分析結果可知，此迴歸分析統計模式的適合度達到統計上的顯著水準，其整體性 F 統計考驗的值為 36.32 ($p < 0.001$)，亦即使用食品綠色消費知識、態度、自我效能、環境敏感度、性別及人格特質等變項來預測資源重複使用行為意圖是有意義的。而且可知，食品綠色消費知識、態度、自我效能、環境敏感度、性別及人格特質共可解釋資源重複使用行為意圖的變異量達 37.8%。

表 4-33 各預測變項與資源重複使用行為意圖的多元迴歸分析摘要表

模式	R	R ²	F
1	0.615	0.378	36.32***

註：*** $p < 0.001$

另外，由表 4-34 中的 β 值（取絕對值）可知，顯示在排除其他變項的影響後，各預測變項對資源重複使用行為意圖的影響以性別最大，其次依序為食品綠色消費態度、環境敏感度、食品綠色消費自我效能、人格特質及食品綠色消費知識，所有的預測變項皆對資源重複使用行為意圖具有正向影響力，其中除了食品綠色消費知識與食品綠色消費自我效能以外，性別 ($t_{(366)} = -7.30$, $p < 0.001$)、食品綠色消費態度 ($t_{(366)} = 6.19$, $p < 0.001$)、環境敏感度 ($t_{(366)} = 3.57$, $p < 0.001$) 及人格特質 ($t_{(366)} = 2.11$, $p < 0.05$) 的影響力均達到統計上的顯著水準，這代表著當為女性且食品綠色消費態度愈正向、環境敏感度愈高，及越有領導特質，則可以預測其產品選購行為意圖也會有愈強烈的情形。而由表 4-34 可得到這些變項的迴歸模式為：

$$Y(\text{資源重複使用行為意圖}) = 0.68 + 0.20X(\text{食品綠色消費知識}) + 0.44X(\text{食品綠色消費態度}) + 0.14X(\text{食品綠色消費自我效能}) + 0.25X(\text{環境敏感度}) - 0.48X(\text{性別}) + 6.018E-02X(\text{人格特質})$$

因此，在適當的範圍內就可以利用食品綠色消費知識等變項來預測研究對象之資源重複使用行為意圖的情形。

比較性別、食品綠色消費態度、環境敏感度和人格特質這四個變項的影響情形，對於資源重複使用行為意圖的影響力為性別 > 食品綠色消費態度 > 環境敏感度 > 人格特質，因為由 β 值可知當性別為女性的可能性增加一個單位，資源重複使用行為意圖會隨著增加 0.33 個單位，食品綠色消費態度增加一個單位時，資源重複使用行為意圖會隨著增加 0.32 個單位，當環境敏感度增加一個單位時，資源重複使用行為意圖只增加 0.19 個單位，而越具有領導特質的情形增加一個單位時，資源重複使用行為意圖只增加 0.10 個單位。

表 4-34 各預測變項對資源重複使用行為意圖之迴歸係數統計考驗

變項名稱	b	Seb	β	t
截距	0.68	0.39	0	1.73
食品綠色消費知識	0.20	0.35	0.02	0.57
食品綠色消費態度	0.44	0.07	0.32	6.19***
食品綠色消費自我效能	0.14	0.07	0.10	1.94
環境敏感度	0.25	0.07	0.19	3.57***
性別	-0.48	0.07	-0.33	-7.30***
人格特質	6.018E-02	0.03	0.10	2.11*

註：*** $p < 0.001$; * $p < 0.05$

(三)、傳達相關資訊行為意圖

在上述各項統計前提都符合的情況下，依據表 4-35 多元迴歸分析結果可知，此迴歸分析統計模式的適合度達到統計上的顯著水準，其整體性 F 統計考驗的值為 47.39 ($p < 0.001$)，亦即使將食品綠色消費知識、食品綠色消費態度、食品綠色消費自我效能及環境敏感度等變項來預測傳達相關資訊行為意圖是有意義的。而且可知，食品綠色消費知識、食品綠色消費態度、食品綠色消費自我效能及環境敏感度共可解釋傳達相關資訊行為意圖的變異量達 44.1%。

表 4-35 各預測變項與傳達相關資訊消費行為意圖的多元迴歸分析摘要表

模式	R	R ²	F
1	0.664	0.441	47.39***

註：註：*** $p < 0.001$

另外，由表 4-36 中的 β 值 (取絕對值) 可知，顯示在排除其他變項的影響後，各預測變項對傳達相關資訊行為意圖的影響以環境敏感度最大，其次依序為食品綠色消費態度、自我效能、性別、人格特質及食品綠色消費知識，除食品綠色消費知識及人格特質外，其餘的預測變項皆對傳達相關資訊行為意圖具有正向影響力，食品綠色消費態度 ($t_{(367)} = 5.96$), $p <$

0.001)、食品綠色消費自我效能 ($t_{(367)}=3.81$, $p<0.001$)、環境敏感度 ($t_{(367)}=6.35$, $p<0.001$) 及性別 ($t_{(367)}=-2.69$, $p<0.01$) 的影響力均達到統計上的顯著水準，這代表著當食品綠色消費態度愈正向、食品綠色消費自我效能愈高、環境敏感度愈高及為女性的可能性較大時，則可以預測其傳達相關資訊行為意圖也會有愈強烈的情形。而由表 4-36 可得到這些變項的迴歸模式為：

$$Y_{\text{(傳達相關資訊行為意圖)}} = 5.250E-02 - 3.366E-02X_{\text{(食品綠色消費知識)}} + 0.39X_{\text{(食品綠色消費態度)}} + 0.26X_{\text{(食品綠色消費自我效能)}} + 0.41X_{\text{(環境敏感度)}} - 0.16X_{\text{(性別)}} - 7.255E-03X_{\text{(人格特質)}}$$

因此，在適當的範圍內就可以利用食品綠色消費知識等變項來預測研究對象之傳達相關資訊行為意圖的情形。

比較食品綠色消費態度、食品綠色消費自我效能、環境敏感度及性別這四個變項的影響情形，對於傳達相關資訊行為意圖的影響力大小依序為環境敏感度、食品綠色消費態度、食品綠色消費自我效能、性別，因為由 β 值可知當環境敏感度增加一個單位時，傳達相關資訊行為意圖增加 0.31 個單位，當食品綠色消費態度增加一個單位時，傳達相關資訊行為意圖會隨著增加 0.28 個單位，而當食品綠色消費自我效能增加一個單位時，傳達相關資訊行為意圖只增加 0.19 個單位，為女性的可能性增加一單位時，傳達相關資訊行為意圖只增加 0.12 個單位。

表 4-36 各預測變項對產品選購行為意圖之迴歸係數統計考驗

變項名稱	b	Seb	β	t
截距	5.250E-02	0.37	0	0.14
食品綠色消費知識	-3.366E-02	0.32	-0.00	-0.11
食品綠色消費態度	0.39	0.07	0.28	5.96***
食品綠色消費自我效能	0.26	0.07	0.19	3.81***
環境敏感度	0.41	0.06	0.31	6.35***
性別	-0.16	0.06	-0.12	-2.69**
人格特質	-7.255E-03	0.03	-0.01	-0.28

註：*** $p<0.001$ ；** $p<0.01$

綜合上述三種食品綠色消費行為意圖（產品選購、資源重複使用、傳達相關資訊）的結果，發現食品綠色消費態度及環境敏感度均能有效預測產品選購、資源重複使用及傳達相關資訊行為意圖，這與 Roberts & Bacon(1997) 結果相似，其環境敏感度及環境態度和行為有正相關，只是他們的研究沒有測量行為意圖而直接測量行為；而食品綠色消費自我效能對於資源重複使用意圖較不能顯著預測外，對另外兩種行為意圖也能有效預測；性別則對於資源重複使用及傳達相關資訊行為意圖能顯著預測，人格特質能預測資源重複使用行為意圖。

第六節 不同人口學變項的青少年食品綠色消費知識、態度、自我效能及環境敏感度的差異

本節主要目的在於回答研究問題：「具不同人口學特質的研究對象，其食品綠色消費知識、態度、自我效能及環境敏感度為何？」，並考驗研究假設五。

本研究之影響食品綠色消費行為意圖因素（食品綠色消費知識、態度、自我效能及環境敏感度），屬於連續行等距資料；因此擬應用兩組樣本 t 檢定與單因子變異數分析 F 統計考驗法來探討性別、年籍、人格特質、父母婚姻狀況、父母教育程度及兄弟姊妹數等人口學變項對於食品綠色消費行為意圖這些變項的影響。

一、性別

表 4-37 是考驗性別與影響食品綠色消費行為意圖因素之兩組樣本 t 檢定，結果可知，性別的不同會造成食品綠色消費態度的差異，女生的食品綠色消費態度比男生正向。此結果與 Roberts & Bacon(1997) 相同，女性在綠色消費態度上，均比男生正向。

表 4-37 性別與影響食品綠色消費行為意圖因素之兩組樣本 t 檢定摘要表 (N=369)

變項名稱	性別	人數	Mean	SD	t
<u>食品綠色消費知識</u>	男生	161	16.53	1.76	-0.93
	女生	208	16.70	1.61	
<u>食品綠色消費態度</u>	男生	161	35.10	4.81	-2.27*
	女生	208	36.20	4.48	
<u>食品綠色消費自我效能</u>	男生	161	28.49	5.10	-0.05
	女生	208	28.51	4.33	
<u>環境敏感度</u>	男生	161	28.16	4.94	-0.90
	女生	208	28.58	3.99	

註：* $p < 0.05$

二、年級

表 4-38 列出考驗年級與影響食品綠色消費行為意圖因素之變異數分析，結果顯示，食品綠色消費自我效能與環境敏感度 F 值分別為 6.26、6.11 ($p < 0.01$)，在此樣本中，高中生的食品綠色消費自我效能與環境敏感度因年級不同而有所差異。因此進一步採用 Scheff' s multiple-comparison procedure 來進行事後多重比較，瞭解究竟是哪些組別造成的差異，由表 4-39 可知，一年級學生的食品綠色消費自我效能比二年級強，同樣的，在環境敏感度部分，也是一年級學生比二年級學生來得高。而一年級和三年級的平均值差和二年級與三年級的平均值差則為達到統計上的顯著差異。

表 4-38 年級與影響食品綠色消費行為意圖因素之單因子變異數分析摘要表 (N=369)

變項名稱	年級	Mean	SD	F
<u>食品綠色消費知識</u>	一年級	16.50	1.89	1.92
	二年級	16.87	1.54	
	三年級	16.51	1.58	
<u>食品綠色消費態度</u>	一年級	36.10	4.68	0.96
	二年級	35.28	3.79	
	三年級	35.79	5.31	
<u>食品綠色消費自我效能</u>	一年級	29.66	4.61	6.26**
	二年級	27.58	4.46	
	三年級	28.32	4.75	
<u>環境敏感度</u>	一年級	29.40	4.25	6.11**
	二年級	27.43	4.24	
	三年級	28.40	4.60	

註：**p<0.01

表 4-39 年級與影響食品綠色消費行為意圖因素之 Scheff' s test 事後多重比較結果

變項名稱	年級比較	平均差值
<u>食品綠色消費自我效能</u>	1-2	2.08*
	1-3	1.34
	2-1	-2.08*
	2-3	-0.74
	3-1	-1.34
	3-2	0.74
<u>環境敏感度</u>	1-2	1.97*
	1-3	1.00
	2-1	-1.97*
	2-3	-0.98
	3-1	-1.00
	3-2	0.98

註：*p<0.05

三、人格特質

表 4-40 為考驗人格特質與影響食品綠色消費行為意圖因素的變異數分析，結果顯示，食品綠色消費知識 $F=0.66$ ($p>0.05$)、食品綠色消費態度 $F=1.55$ ($p>0.05$)、食品綠色自我效能 $F=1.01$ ($p>0.05$) 以及環

境敏感度 $F=1.85$ ($p>0.05$) 並不會因為人格特質不同而有所差異。

表 4-40 人格特質與影響食品綠色消費行為意圖因素之單因子變異數分析摘要表 (N=369)

變項名稱	人格特質	Mean	SD	F
<u>食品綠色消費知識</u>	總是	16.54	1.64	0.66
	經常	16.83	1.53	
	偶而	16.67	1.62	
	很少	16.51	1.54	
	沒有	16.43	2.11	
<u>食品綠色消費態度</u>	總是	35.67	5.97	1.55
	經常	36.32	4.43	
	偶而	35.52	4.18	
	很少	36.35	3.97	
	沒有	34.67	5.78	
<u>食品綠色消費自我效能</u>	總是	28.46	5.67	1.01
	經常	29.38	4.32	
	偶而	28.33	4.15	
	很少	28.07	4.54	
	沒有	28.17	5.77	
<u>環境敏感度</u>	總是	29.00	5.90	1.85
	經常	29.11	4.03	
	偶而	28.50	4.07	
	很少	28.22	3.83	
	沒有	27.21	5.41	

四、父母婚姻狀況

表 4-41 為考驗父母婚姻狀況與影響食品綠色消費行為意圖因素的變異數分析，結果顯示，食品綠色消費態度 $F=1.34$ ($p>0.05$)、食品綠色自我效能 $F=0.44$ ($p>0.05$) 以及環境敏感度 $F=0.88$ ($p>0.05$) 並不會因為父母婚姻狀況不同而有所差異。而食品綠色消費知識 $F=2.37$ ($p<0.05$) 達到顯著水準，高中生的食品綠色消費知識會因父母婚姻狀況不同而不同，因此進一步採用 Scheff' s multiple-comparison procedure 來進行事後多重比較，瞭解究竟是哪些組別造成的差異。表 4-42 結果顯示，各種情況之間並沒有達到顯著，所以採用另一種 LSD 檢定法來探討其中的

差異性。由表 4-43 中，父母婚姻狀況為未離婚但分居和父母皆歿及一般婚姻關係，且同住在一起，高中生的綠色消費知識達到顯著差異，顯示高中生的食品綠色消費知識會受到父母婚姻狀況的影響，由此可知，父母親的影響是很重要的。

表 4-41 父母婚姻狀況與影響食品綠色消費行為意圖因素之單因子變異數分析摘要表 (N=369)

變項名稱	父母婚姻狀況	Mean	SD	F
<u>食品綠色消費知識</u>	父母皆歿	14.00	1.41	2.37*
	單親(一人已歿)	16.09	1.81	
	未離婚,但分居	17.43	1.13	
	已離婚	16.11	1.88	
	一般婚姻關係,同住	16.67	1.65	
	其他	19.00		
<u>食品綠色消費態度</u>	父母皆歿	30.50	4.95	1.34
	單親(一人已歿)	37.36	4.20	
	未離婚,但分居	33.29	2.56	
	已離婚	35.63	5.02	
	一般婚姻關係,同住	35.74	4.66	
	其他	40.00		
<u>食品綠色消費自我效能</u>	父母皆歿	27.00	0.00	0.44
	單親(一人已歿)	27.64	4.84	
	未離婚,但分居	27.29	3.73	
	已離婚	27.84	6.28	
	一般婚姻關係,同住	28.62	4.61	
	其他	25.00		
<u>環境敏感度</u>	父母皆歿	22.50	2.12	0.88
	單親(一人已歿)	27.91	3.11	
	未離婚,但分居	27.71	2.21	
	已離婚	29.16	3.79	
	一般婚姻關係,同住	28.42	4.54	
	其他			
		28.00		

註：* $p < 0.05$

表 4-42 父母婚姻狀況與食品綠色消費知識之 Scheff' s test 事後多重比較結果

變項名稱	父母婚姻狀況比較	平均差值
食品綠色消費知識	父母皆歿-單親(另一人已歿)	-2.09
	父母皆歿-未離婚,但分居	-3.43
	父母皆歿-已離婚	-2.11
	父母皆歿-一般婚姻關係,同住在一起	-2.67
	單親(另一人已歿)-未離婚,但分居	-1.34
	單親(另一人已歿)-已離婚	-1.44E-02
	單親(另一人已歿)-一般婚姻關係,同住在一起	-0.58
	未離婚,但分居-已離婚	1.32
	未離婚,但分居-一般婚姻關係,同住在一起	0.76
	已離婚-一般婚姻關係,同住在一起	-0.57

表 4-43 父母婚姻狀況與食品綠色消費知識之 LSD 事後多重比較結果

變項名稱	父母婚姻狀況比較	平均差值
食品綠色消費知識	父母皆歿-單親(另一人已歿)	-2.09
	父母皆歿-未離婚,但分居	-3.43*
	父母皆歿-已離婚	-2.11
	父母皆歿-一般婚姻關係,同住在一起	-2.67*
	單親(另一人已歿)-未離婚,但分居	-1.34
	單親(另一人已歿)-已離婚	-1.44E-02
	單親(另一人已歿)-一般婚姻關係,同住在一起	-0.58
	未離婚,但分居-已離婚	1.32
	未離婚,但分居-一般婚姻關係,同住在一起	0.76
	已離婚-一般婚姻關係,同住在一起	-0.57

註：* $p < 0.05$

五、父親教育程度

表 4-44 為考驗父親教育程度與影響食品綠色消費行為意圖因素的變異數分析,結果顯示,食品綠色消費知識 $F=0.45$ ($p > 0.05$)、食品綠色消費態度 $F=0.32$ ($p > 0.05$)、食品綠色自我效能 $F=0.31$ ($p > 0.05$) 以

及環境敏感度 $F=1.85$ ($p>0.05$) 並不會因為父親教育程度不同而有所差異。

表 4-44 父親教育程度與影響食品綠色消費行為意圖因素之單因子變異數分析摘要表 (N=369)

變項名稱	父親教育程度	Mean	SD	F
<u>食品綠色消費知識</u>	小學或以下	16.57	1.52	0.45
	國中	16.57	1.88	
	高中職	16.73	1.60	
	專科、大學	16.62	1.63	
	研究所或以上	16.14	2.38	
<u>食品綠色消費態度</u>	小學或以下	36.07	4.65	0.32
	國中	35.97	3.91	
	高中職	35.69	4.08	
	專科、大學	35.59	5.72	
	研究所或以上	34.64	4.89	
<u>食品綠色消費自我效能</u>	小學或以下	28.57	4.09	0.31
	國中	28.34	4.96	
	高中職	28.53	4.48	
	專科、大學	28.37	5.00	
	研究所或以上	29.79	4.98	
<u>環境敏感度</u>	小學或以下	26.93	3.60	1.85
	國中	28.21	4.29	
	高中職	28.69	4.01	
	專科、大學	28.59	5.11	
	研究所或以上	29.79	5.55	

六、母親教育程度

表 4-45 為考驗母親教育程度與影響食品綠色消費行為意圖因素的變異數分析，結果顯示，食品綠色消費知識 $F=0.41$ ($p>0.05$)、食品綠色消費態度 $F=0.15$ ($p>0.05$)、食品綠色自我效能 $F=0.39$ ($p>0.05$) 以及環境敏感度 $F=2.01$ ($p>0.05$) 並不會因為母親教育程度不同而有所差異。

表 4-45 母親教育程度與影響食品綠色消費行為意圖因素之單因子變異數分析摘要表 (N=369)

變項名稱	母親教育程度	Mean	SD	F
<u>食品綠色消費知識</u>	小學或以下	16.79	1.47	0.41
	國中	16.52	1.67	
	高中職	16.65	1.65	
	專科、大學	16.53	1.93	
	研究所或以上			
<u>食品綠色消費態度</u>	小學或以下	35.49	4.45	0.15
	國中	35.88	4.04	
	高中職	35.83	4.08	
	專科、大學	35.53	6.35	
	研究所或以上			
<u>食品綠色消費自我效能</u>	小學或以下	28.36	4.36	0.39
	國中	28.55	5.01	
	高中職	28.76	4.39	
	專科、大學	28.06	5.18	
	研究所或以上			
<u>環境敏感度</u>	小學或以下	28.33	3.88	2.01
	國中	27.53	4.09	
	高中職	28.99	4.30	
	專科、大學	28.19	5.36	
	研究所或以上			

七、兄弟姊妹

表 4-46 為考驗兄弟姊妹人數與影響食品綠色消費行為意圖因素的變異數分析，結果顯示，食品綠色消費知識 $F=1.11$ ($p>0.05$)、食品綠色消費態度 $F=1.52$ ($p>0.05$)、食品綠色自我效能 $F=1.13$ ($p>0.05$) 以及環境敏感度 $F=0.02$ ($p>0.05$) 並不會因為兄弟姊妹人數不同而有所差異。

表 4-45 兄弟姊妹情形與影響食品綠色消費行為意圖因素之單因子變異數分析摘要表 (N=369)

變項名稱	兄弟姊妹情形	Mean	SD	F
<u>食品綠色消費知識</u>	沒有	16.82	1.42	1.11
	一位	16.79	1.84	
	二位	16.43	1.48	
	三位	16.41	1.83	
	四位	16.60	0.89	
<u>食品綠色消費態度</u>	沒有	33.93	6.47	1.52
	一位	35.83	4.66	
	二位	35.71	4.19	
	三位	36.76	4.60	
	四位	35.20	2.86	
<u>食品綠色消費自我效能</u>	沒有	27.86	6.02	1.13
	一位	28.38	4.69	
	二位	28.42	4.33	
	三位	30.06	4.39	
	四位	28.00	6.20	
<u>環境敏感度</u>	沒有	28.18	5.45	0.02
	一位	28.33	4.68	
	二位	28.53	3.81	
	三位	28.44	4.88	
	四位		3.00	
		28.00		

八、與父母同住的情形

表 4-47 為考驗與父母同住的情形與影響食品綠色消費行為意圖因素的變異數分析，結果顯示，食品綠色消費知識 $F=0.656$ ($p>0.05$)、食品綠色消費態度 $F=0.276$ ($p>0.05$)、食品綠色自我效能 $F=1.764$ ($p>0.05$) 以及環境敏感度 $F=0.904$ ($p>0.05$) 並不會因為與父母同住的情形不同而有所差異。

表 4-47 與父母同住情形與影響食品綠色消費行為意圖因素之單因子變異數分析摘要表(N=369)

變項名稱	與父母同住情形	Mean	SD	F
<u>食品綠色消費知識</u>	父母皆歿，與其他人同住	15.50	3.54	0.66
	與父母親住在一起	16.68	1.62	
	只與父親住在一起	16.17	2.14	
	只與母親住在一起	16.33	2.07	
	父母皆在，但與其他親戚、朋友住在一起	16.50	1.71	
	<u>食品綠色消費態度</u>	父母皆歿，與其他人同住	36.00	
與父母親住在一起		35.69	4.66	
只與父親住在一起		36.17	5.12	
只與母親住在一起		36.37	4.64	
父母皆在，但與其他親戚、朋友住在一起		34.94	3.62	
<u>食品綠色消費自我放能</u>		父母皆歿，與其他人同住	36.00	12.73
	與父母親住在一起	28.41	4.54	
	只與父親住在一起	30.50	8.62	
	只與母親住在一起	28.17	5.09	
	父母皆在，但與其他親戚、朋友住在一起	29.31	2.98	
	<u>環境敏感度</u>	父母皆歿，與其他人同住	32.00	11.31
與父母親住在一起		28.25	4.48	
只與父親住在一起		29.50	6.41	
只與母親住在一起		28.87	3.06	
父母皆在，但與其他親戚、朋友住在一起		29.63	4.16	

九、居住房子

表 4-48 為考驗居住房子的情形與影響食品綠色消費行為意圖因素的變異數分析，結果顯示，食品綠色消費知識 $F=0.332$ ($p>0.05$)、食品綠色消費態度 $F=0.538$ ($p>0.05$)、食品綠色自我放能 $F=0.551$ ($p>0.05$) 以及環境敏感度 $F=0.930$ ($p>0.05$) 並不會因為居住房子情形不同而有所差異。

表 4-48 居住房子情形與影響食品綠色消費行為意圖因素之單因子變異數分析摘要表 (N=369)

變項名稱	居住房子	Mean	SD	F
<u>食品綠色消費知識</u>	租借的	16.52	1.61	1.14
	自家擁有	16.65	1.67	
	租借的，但有另外買房子	15.25	2.99	
	公司的員工宿舍	17.50	0.71	
<u>食品綠色消費態度</u>	租借的	36.00	4.89	0.73
	自家擁有	35.65	4.64	
	租借的，但有另外買房子	37.00	2.16	
	公司的員工宿舍	40.00	7.07	
<u>食品綠色消費自我效能</u>	租借的	29.03	5.12	0.70
	自家擁有	28.45	4.65	
	租借的，但有另外買房子	26.75	2.22	
	公司的員工宿舍	32.00	5.66	
<u>環境敏感度</u>	租借的	28.84	4.43	0.15
	自家擁有	28.36	4.46	
	租借的，但有另外買房子	27.75	2.75	
	公司的員工宿舍		5.66	
		29.00		

綜合本節的討論，發現在社會人口學變項中，性別不同會造成食品綠色消費態度的不同；年級不同則影響食品綠色消費自我效能及環境敏感度有所差異；父母婚姻狀況方面則影響食品綠色知識，父母為一般婚姻關係和沒有離婚但分居的高中生的食品綠色消費知識比父母皆歿的高中生來得正確；其餘的人口學變項如人格特質、父母教育程度等等並不會影響研究對象之影響食品綠色消費行為意圖因素，此結果讓未來推動食品綠色消費相關教育時，比較容易掌控其影響因素。