

第五章 結論與建議

本章主要依據研究目的、研究假設以及研究結果，歸納出研究結論，並針對結論給予未來教育、研究上之建議。

第一節 結論

本研究依據研究結果，共歸納出五點研究上的重要結論，詳細內容分述如下：

- 一、 研究對象之食品綠色消費知識平均答對率約七成五，顯示約有四分之三的研究對象具有良好的食品綠色消費知識，但是仍有對於回收標誌的基本認識還不足的情形；在食品綠色消費態度、食品綠色消費自我效能及環境敏感度等變項的得分情形，各變項的平均得分均有偏正向的情形，其中在食品綠色消費態度方面最正向，食品綠色消費自我效能及環境敏感度偏正向但離中位數沒有很遠；在食品綠色消費行為意圖中，平均得分也是偏正向的，對象有六成在未來一個月內有可能或很有可能採取食品綠色消費行為。
- 二、 不同社會人口學變項的研究對象，其食品綠色消費行為意圖的差異重點如下：
 - (一) 性別：研究對象的性別不同，會造成食品綠色消費行為意圖的不同，女性之食品綠色消費行為意圖高於男性，且非常顯著。
 - (二) 人格特質：不同的人格特質，會造成食品綠色消費行為意圖的不同，即具有領導特質或班級幹部常帶領班上同學從事環保行為，則食品綠色消費行為意圖較強。

(三) 研究對象的食品綠色消費行為意圖，不會因年級、父母婚姻狀況、父母親教育程度、兄弟姊妹人數、和父母同住情形及居住房子的不同而有所不同。

三、研究對象之食品綠色消費知識、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，對於食品綠色消費行為意圖均有顯著的正相關，亦即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且環境敏感度愈高者，其食品綠色消費行為意圖也愈強烈。

四、研究對象之食品綠色消費知識、食品綠色消費態度、食品綠色消費自我效能、環境敏感度、性別及人格特質等變項，可解釋食品綠色消費行為意圖的變異量達 60.2%，其中除了食品綠色消費知識及人格特質兩變項與食品綠色消費行為意圖不顯著，食品綠色消費態度、食品綠色消費自我效能、環境敏感度、性別之虛擬變項能有效預測食品綠色消費行為意圖。

五、研究對象之食品綠色消費知識、態度、自我效能、環境敏感度、性別及人格特質等變項，可解釋產品選購、資源重複使用及傳達相關資訊行為意圖變異量分別為 72.1%、37.8% 及 44.1%。

第二節 建議

本節依據研究結果與討論、結論，分別針對教育及未來研究方面，提出下列建議：

一、教育方面

(一) 增加相關課程於高中課程中

高中課程當中是沒有所謂健康教育存在的，更遑論綠色消費的部分，高中生在食品綠色消費知識雖答對約 3/4 的題目，但一些基本簡單的問題，如：回收標誌的涵義，反而答錯，只因憑藉國中時所接受一年的健康教育知識，仍稍嫌薄弱；而少數研究對象甚至連綠色消費是什麼都不知道，所以必須加強這部分的教育。現階段九年一貫課程當中，國中部分的健康教育內容增加了許多關於環境及消費者教育的內容，也從原本只教一年的課程，延伸為三年，逐漸加深加廣；而正在規劃的十二年一貫教育，也擬加入「健康與護理」的課程，期望這個課程能延續國中環境與消費的部分，另外，在原本的高中課程如家政、軍訓課當中，設計一些相關的學習主題，讓高中生能持續接觸這方面的內容，除了知識方面，並可以技能訓練或培養情意態度為主，讓學生能更體認人類的行為和環境的關係是牽一髮而動全身的。

(二) 多重管道學習

研究結果顯示，研究對象主要食品綠色消費知識來源最多的為電視，佔 90%，因此，除了老師上課講述之外，可以透過教學媒體，播放有關綠色消費議題的影片，讓學生自己去思考其意涵，另外，也鼓勵學生多觀看一些相關頻道的節目，例如：探險頻道 (Discovery)、國家地理頻道 (National Geography)、公視等等，多瞭解台灣或全球性的綠色消費議題。此外，網路發展一日千里，透過網路，學生可以學習到各種資訊，但要讓學生瞭解，網路資訊並不完全正確，有疑問時，可以請益師長，和同學討論，再做判斷。另外，本研究顯示傳達相關資訊的行為意圖受到父母親的影響很大、食品綠色消費知識也受到父母婚姻狀況的影響有所不同，因此，父母的影響力及重要性可以加以運用。可以開辦相關課程，邀請父母親參與，增強他們在相關知識、態度、行為上等等的強度，進而去影響他們的孩子，或是設計一

些親子活動，讓家長與孩子互動更頻繁，學習的效果更好。

(三) 重視情意部分的教學

根據研究結果，屬於情意領域的變項（態度、自我效能及環境敏感度）均對行為意圖有影響，顯示情意領域部分的教學是很重要的。在課程上，可以安排戶外教學，讓學生能接觸、體會自然環境；教學參觀垃圾掩埋場、焚化爐、資源回收場、污水處理廠等，瞭解人類活動所產生的廢棄物對於環境的影響，進而減少生活上不必要的浪費；運用價值澄清法教學，引導學生有綠色消費的正確觀念及態度；讓學生進行有關綠色消費議題的調查分析，並提出自己的看法及解決方法，增加他們這方面的經驗，以強化情意領域的能力。

二、未來研究建議

(一) 擴大研究對象

因受限於研究者之人力、財力等因素，本研究的樣本僅限於台北縣的一所高中，未來研究可以擴大到各縣市的公、私立高中或其他年齡層，俾使結果更具代表性。

(二) 改善研究工具

本研究工具之量表為參考相關文獻，經專家效度及信度考驗發展而成，適用於本研究對象，但對於其他群體，仍需要進行信、效度的建構，方能開發更適切的研究工具；另外，可進一步以質性研究方式，如焦點團體訪談，更深入瞭解研究對象在問卷項目外，有關食品綠色消費的想法。

(三) 探討食品綠色消費之實際行為

本研究只探討從事食品綠色消費之行為意圖，並沒有進一步探討

行為意圖與行為之間的關係。因此，未來研究可考慮追蹤實際之食品綠色消費行為，以瞭解行為意圖與行為之間的關係，以及態度、自我效能及環境敏感度對於食品綠色消費行為的預測力。

(四) 探討實施「購物用塑膠袋限用政策」的實際成效

政府自實施「購物用塑膠袋限用政策」以來，民眾自備購物袋的情形以顯著增加，但仍存在許多問題，例如：有些民眾還是寧可花錢買購物袋而不願自備購物袋；商家暗中提供塑膠袋，規避法律責任等，未來研究對於這項措施的配合程度、滿意度及阻礙因素，都可進一步的研究。

(五) 探討其他影響食品綠色消費行為意圖之變項

研究結果發現食品綠色消費知識、食品綠色消費態度、食品綠色消費自我效能、環境敏感度、性別及人格特質等變項，可解釋食品綠色消費行為意圖的變異量為 60.2%，另外還有 39.8% 的變異量無法解釋，這顯示可能還有其他重要變項存在，建議未來研究可再做探討。

(六) 可進行實驗教學

本研究為調查研究，所有變項均採用同時調查的方式，即使變項間存有相關，也無法確定確切的因果關係，故可以實驗教學，進行教育介入，以期能更瞭解這些變項間的關係。