

# 政府推行「購物用塑膠袋與塑膠類免洗餐具（含保麗龍）限制使用」政策對民眾影響之研究

蘇俊憲\* 林燕輝\*\*

## 摘要

本研究的目的主要探討政府推行購物用塑膠袋及塑膠類（含保麗龍）免洗餐具限制使用政策，對民眾之影響。本研究為獲得具有代表性的實證分析資料，因此在研究方法上依序使用兩種研究方法。首先使用焦點團體訪談法為研究方法，目的在擷取有關大眾百姓對此政策的看法之初級資料；其次，再以焦點團體訪談之結果作為問卷設計依據，透過問卷調查方式進行資料收集，繼而以 SPSS10.0 版統計軟體進行資料分析。研究發現 (1) 民眾認為此政策確實造成生活上的不便，但仍會配合政府所推行的這項環保政策；(2) 女性對於此項環保政策的配合度高於男性；(3) 並且民眾普遍認為無論政府、企業（或商家）以及自己在此項環保政策的執行上都不夠確實。

關鍵詞：焦點團體訪談、塑膠袋、免洗餐具

---

\* 長榮大學企業管理學系副教授

\*\* 長榮大學企業管理學系研究所

## 壹、研究動機

在過去，塑膠袋與塑膠類免洗餐具在我們的日常生活中幾乎是必備品，根據統計，單就塑膠袋而言，台灣每年約使用兩百億個民生用塑膠袋，平均每人每天使用約 2.5 個民生塑膠袋（行政院環保署，2002）。而依照塑膠袋在台灣被氾濫使用的情形，更何況是免洗餐具的泛濫使用情形了，但相對於消費者對於塑膠類製品而言，可知其對於民生塑膠袋與塑膠類免洗餐具之依賴度甚高；然而塑膠類製品的處理不易，對於環境生態保護具有威脅性，因此近幾年已逐漸形成減量使用塑膠類以對環境進行保護。

行政院環保署為了使民眾愛護環境，追求環境永續發展的決心，因此於 91 年 4 月 22 日「地球日」正式公告限用塑膠製品之政策，限用範圍含購物用塑膠袋及塑膠類（含保麗龍）免洗餐具，同時訂定數階段之政策來逐步進行。國人長久習慣處於濫用塑膠袋及免洗餐具的便利生活中，鮮少有消費者會自備購物用環保袋及餐具，因此在第一階段 91 年 7 月 1 日及 10 月 1 日針對政府部門、公營事業機構、軍事機關（含國軍福利品供應站）、公私立學校、公立醫療院所等單位實施限用購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具時的確讓眾多消費者感到不便，然而根據蓋洛普於 91 年 8 月 11 日至 15 日以高雄地區為樣本並僅針對「實施購物用塑膠袋限制使用政策意向」的調查中卻發現在實施後有六成七的受訪者表示，政府 7 月 1 日在公家機關學校實施「塑膠袋限用政策」後，對

日常生活沒有影響，同時塑膠袋的使用量也有減少的情況。

當第二階段開始將擴大限制範圍涵蓋至百貨公司業及購物中心、量販店業、超級市場業、連鎖便利商店業、連鎖速食店、有店面之餐飲業等單位，並於 92 年 1 月 1 日正式實施時，雖然消費者多表不滿，但對消費者而言，對日常生活的影響仍然有限，我們可根據蓋洛普公司 92 年 1 月 10 日關於「實施第二階段購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策意向調查」，在全台抽出 2547 個樣本中顯示針對實施「購物用塑膠袋限用政策」發現，對日常生活造成不便的消費者比例為五成三，但是現在外出購物時，從來沒有自己攜帶購物袋的比例卻已經降至一成九，因此足以顯見，雖然對生活仍有所不便，但是卻開始慢慢接受並配合該項政策；至於在針對「塑膠類免洗餐具限制使用政策」方面，消費者對於業者如果從過去使用免洗餐具，改為可清洗重覆使用的餐具，仍有一成五的消費者不能夠接受，但相對而言，有多數消費者是可以接受的。而整體調查也表示消費者對於「塑膠類免洗餐具限制使用政策」，有接近二成仍認為對使用量沒有減少，但相對而言有八成認為會減少使用量。

由蓋洛普針對政府推行「購物用塑膠袋與塑膠類（含保麗龍）免洗餐具限制使用政策意向調查」的兩次研究中可以發現，蓋洛普第一次是以高雄地區為樣本，進行便利抽樣，而不是以全台灣為調查樣本；第二次調查雖是以全台灣為樣本，但亦是以便利抽樣為抽樣方法，而本研究在抽樣上為了更具有

代表性，並為了避免因地域性或城鄉之間的差距而造成研究結果上的出入，故本研究欲以配額抽樣法為抽樣方法，並以北部、中部、南部、東部之人口分布比例，為配額抽樣之分層，探討政府推行塑膠袋與免洗餐具（含保麗龍）限制使用政策，對民眾生活習性的影響。

再者蓋洛普的兩次意向調查中，並未針對受訪者做深入的分析，而本研究欲以性別探討政府推行塑膠袋與免洗餐具（含保麗龍）限制使用政策，是否會因為性別的不同而有行為上的差異。

在這次蓋洛普的環保政策執行調查中發現一項潛藏的資訊，即消費者有受到環保理念的影響；但對於大多數的台灣的民眾而言，長久以來將塑膠袋和免洗餐具視為生活必需品，民眾是否會因為此政策的推行而改變長久以來的生活習性？又改變了多少？民眾對於此政策的看法又是如何？這都是本文所欲探討的，以期做為政府對於未來類似政策之施政建議。

## 貳、研究目的

本研究欲探討的目的整理如下：

- 一、探討政府推行購物用塑膠袋與塑膠類免洗餐具（含保麗龍）限制使用政策，對民眾生活習性之影響。
- 二、探討政府推行塑膠袋與塑膠類免洗餐具（含保麗龍）限制使用政策，是否會因為人口統計變項的不同而有行為上的差異。
- 三、針對研究結果，提供政府施政建議。

## 參、文獻探討

### 一、焦點團體訪談

#### (一) 焦點團體訪談法觀念說明

焦點團體訪談法（focus group interview），又稱深度集體訪問法、焦點座談法或集體訪問法。焦點團體法假定當人們處身在一個對某一事物具有相同興趣的人群當中時，將比較願意談論他們內心深處的情感和動機，因此如能為受訪者安排一個適當的聚會場所，培養自由討論的氣氛，將可從受訪者相互討論的過程中，透視他們內心深處的動機。（黃俊英，1999）。

焦點團體法開始出現在 1926 年，主要應用在社會科學之研究。在二次世界大戰爆發後，Merton（1947）應用這項技術在美國陸軍的訓練及士氣研究上，在同一期間，Lazarsfeld 等人將其法應用於市場調查之研究上。惟在 1950~1980 年期間，因焦點團體法之倡導者轉而追求其他之議題及採用其他之方法研究，使得此法一度被忽視，1980 年後才又廣泛應用。

焦點團體訪談法適用於敏感問題、艱難主題（difficult subject）或高憂慮（high apprehensive）題材之探討，例如 HIV/AIDS 等相關議題之探討。焦點團體訪談法一般應用於下述之領域（Dawson 等人，1995）：

- 健康問題之探究
- 測試新計畫的想法及接受度
- 解決特定計畫之問題
- 評估健康計畫

本研究所探討的範圍涉及新訂政策，固欲藉此了解民眾的接受程度及想法，其中隱含不穩定的憂慮，基於如此，本研究所欲使用之方法將希望採以能夠在廣泛影響下來分析出結果之法，故本研究在此考量下將採以焦點團體訪談法來進行。

事實上，焦點團體訪談法是屬於一種質性（qualitative）研究的方法，藉由對主要目標之描述及瞭解某特定族群之認知、詮釋與信仰，以得知團體參與者對特定問題的看法（Khan and Manderson, 1992）。焦點團體意指針對某特定問題或特定族群組成團體進行資料蒐集，所以焦點團體訪談法是一種經濟、迅速，且能讓相關參與人員有被重視的感覺，暢所欲言，充分表達意見的方式。

至於在執行方面，焦點團體訪談的作法乃針對某特定問題或特定族群組成約 6~10 位具有相似經驗或概念之社會文化背景相似的受訪者聚集一起，在主持人之協助及舒適自在的環境下進行至少一小時至二小時對特定問題之動態討論，以進行記錄、錄影、錄音並收集整理、匯總、分析團體意見的資料。

### （二）焦點團體訪談執行實例

連延誥、連延嘉在 2001 年針對「同儕意外死亡對高中生班級人際衝擊及其哀傷歷程之研究」中，以焦點團體為研究方法，原因是因為對於蒐集某一特定主題的認知、態度和觀念，在訪談中，個人身分較不明顯，而且成員不一定要回答每一問題，對於研究較有可信度，並可透過成員間的互

動、腦力激盪，可以增加資料的深度與廣度；目的在探討高中生在經歷同儕意外死亡事件後，所呈現的哀傷歷程，以及對班上人際的衝突。由這項研究實例中可以得知，當高中生面臨同儕意外死亡事件時，關係較親密的同學會較先得知此消息，大部分的同學都無法接受與相信這是事實，同儕死亡也會讓高中生對周遭人事物更加珍惜。

### （三）塑膠袋及免洗餐具

長久以來購物用塑膠袋及免洗餐具因其價廉及方便性之特性已與一般生活密不可分，其使用量也隨消費能力而成長；依據行政院環保署統計（行政院環保署，2002），我國每年消費型塑膠袋使用量約十·五萬噸，其中購物用塑膠袋每年約六·五萬噸。購物用塑膠袋因國人消費使用習慣係直接與污染源接觸，如油污、顏料等，其再利用價值低，使得廢塑膠袋的回收與再生處理除技術問題外，亦不具經濟可行性。

免洗餐具部分，目前其材質包括紙製、保麗龍（PS）及塑膠（PP/PE）製等，而依統計資料顯示，國內外食人口每天約一七七〇萬人次，平均每餐約六百萬人次，免洗餐具之使用量每年約五·九萬噸，其中塑膠類（含保麗龍）免洗餐具之使用量每年約四·三萬噸；行政院環保署已於民國八十年起陸續推動免洗餐具之資源回收工作，年回收量約佔免洗餐具一年使用量之百分之十五至二十左右，但由於使用後之免洗餐具具有高污染與不易回收的特性，導致回收後再利用的經濟價值不高。

## 肆、研究設計及研究步驟

### 一、研究設計

本研究為獲得具有代表性之實證分析資料，因此在研究方法上依序使用兩種研究方法。首先使用焦點團體訪談法為研究方法；其次，再以焦點團體訪談之結果作為問卷設計依據，以問卷調查進行資料收集，繼而以 SPSS10.0 版統計軟體進行資料分析。

#### (一) 焦點團體訪談法

依據本研究之探討特性，我們可得知以焦點團體法應用於研究中是具適切性的，然而在探討中主要針對的是理念的傳遞以及消費行為決策，因此如何設計焦點團體訪談法的研究架構便成重點，而架構中劃分兩項重點，分別為問題設計與建立及訪談樣本決定，其說明如下：

- 1.問題設計與建立：問題的重要性主要在於利用所得到的回答可進一步得到欲探討的研究現象，因此設計良好的問題將有助於研究的進行，而本研究焦點團體訪談之指引，係依據蓋洛普公司於 92 年 1 月 10 日所做「實施第二階段購物用塑膠袋及（含保麗龍）免洗餐具限制使用政策意向調查」問卷修改而成。
- 2.訪談樣本決定：消費者的決策並不全

然是獨立決策，通常決策會受到外來資訊以及背景相似個體的影響，因此在樣本的篩選上並不以各類階層的分類來決定，而是以環境及背景類似或相關者來做決定，如此較能夠在訪談中營造一般消費者在進行消費決策時的環境以得到最佳的結果，並將有助研究的結果分析。

本研究目的主要探討政府推行購物用塑膠袋及塑膠類（含保麗龍）免洗餐具限制使用政策，對民眾影響之看法。採用焦點團體訪談法蒐集資料，進行 3 場座談會，每場約 6 至 10 人，分成學生、製造業、服務業、公教人員與其他共 5 大團體。為了使訪談的資訊能夠多元化、客觀，每場座談會均包含各團體至少一位成員。研究者依據訪談指引，與受訪者們針對政府推行購物用塑膠袋與塑膠類（含保麗龍）免洗餐具限制使用政策之看法等議題進行一至二小時的對話，並以錄音與紀錄的方式來蒐集、整理、匯總、分析團體意見的資料。

在焦點團體訪談法蒐集資料方面(如表一)，共進行 3 場座談會，參與對象共計 21 位，分成學生、製造業、服務業、公教人員與其他共 5 大團體。為了使訪談的資訊能夠多元化、客觀，每場座談會均包含各團體至少一位成員。研究者依據訪談指引，與受訪者們針對政府推行購物用塑膠袋與塑膠類（含保麗龍）免洗餐具限制使用政策之看法等議題進行對話。

表一 焦點團體訪談參與者統計表

場次別	參與者團體別	人數	性別	
			男	女
一	A 學生	2	0	2
	B 製造業	1	1	0
	C 服務業	3	2	1
	D 公教人員	1	1	0
	E 其它	1	1	0
	合 計	8	5	3
	二	A 學生	1	0
B 製造業		1	1	0
C 服務業		2	1	1
D 公教人員		1	0	1
E 其它		1	0	1
合 計		6	2	4
三	A 學生	2	2	0
	B 製造業	1	0	1
	C 服務業	1	1	0
	D 公教人員	1	1	0
	E 其它	2	1	1
	合 計	7	5	2
合 計	A 學生	5	2	3
	B 製造業	3	2	1
	C 服務業	6	4	2
	D 公教人員	3	2	1
	E 其它	4	2	2
	總 計	21	12	9

資料來源：本研究整理

表二 焦點團體訪談日程明細表

場次	日期	時間	地點	參與人數
一	2003/09/03	pm 12 : 30	台南新光三越 (中山店)	8
二	2003/09/06	am 11 : 00	台南長榮大學	6
三	2003/09/20	pm 01 : 15	苗栗縣三義鄉	7

資料來源：本研究整理

### 1.焦點團體訪談之對策實施計畫表

根據三次焦點團體訪談內容，本研究依據受訪者所提出，對於政府推行「購物用塑膠袋與塑膠類免洗餐具（含保麗龍）限制使用」政策之看法與意見，整理成一對策實施計畫表（如表三），並依照訪談內容，將實施對象分為政府、企業（商家）以及民眾；內容方面為對於此一環保政策在推行上所遭遇的問題點，以及針對問題點可採取的建議實施對策。

### 2.焦點團體訪談之結果

根據上述對策實施計畫表之結果，本研究將焦點團體訪談之研究結果區分為(1)購物用塑膠袋限制使用政策、及(2)塑膠類（含保麗龍）免洗餐具限制使用政策兩部分，分述如下：

- (1) 在購物用塑膠袋限制使用政策方面：A.民眾大多知道政府正在推行此政策；B.大部分的受訪者認為實行此政策確實對日常生活造成不便，但願意配合；C.在塑膠袋的使用上，減少的量不多；D.民眾自備購物用塑膠袋的比例偏低；E.對於付費取得的塑膠袋大部分的民眾都用來當垃圾袋；F.對於此政策而言大部分的民眾還是支持的。
- (2) 在塑膠類（含保麗龍）免洗餐具限制使用政策方面：A.對於此政策的實施知道與不知道的比例約佔各半，但幾乎都不太了解詳細內容；B.大部分的民眾仍舊偏好免

洗餐具尤其以湯匙、筷子最為在意；C.只有極少數的民眾會自備餐具，外帶時自備餐具的比例比內用高；D.認為此政策會對日常生活造成不便的只佔少數；E.這個政策實施後免洗餐具有減少使用，尤其在保麗龍免洗餐具方面；F.支持此政策的受訪者比例極高。

## (二) 問卷訪談法

為了使本研究更具有可信度，所以除了以三場的焦點團體訪談所得的結果之外，也參考蓋洛普公司於 92 年 1 月 10 日所做「實施第二階段購物用塑膠袋及（含保麗龍）免洗餐具限制使用政策意向調查」問卷，作為問卷內容依據。

### 1.研究方法

問卷回收後，將以 SPSS10.0 版統計軟體進行資料分析。採用的研究方法有描述性統計、交叉分析、單因子變異數分析等。描述性統計係對受訪者之基本資料的分析；單因子變異數分析檢定是為了了解不同變項之間是具有顯著性的差異；交叉分析的目的是為了在具有顯著性差異的情況下做進一步分析。

### 2.問卷抽樣

在抽樣方面，本研究將採用配額抽樣。莊立民、王鼎銘（2004）認為配額抽樣可以說是比例分層抽樣的一種型式，從不同團體裡抽樣特定比例人數。為了避免因為地域性的差異而產生不同的研究結果，本研究採用以 92 年度台灣地區人口分布為區隔變數，

表三 推動「購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」之對策實施計畫表

對象	問題點	建議實施對策
政府	• 在這次進行的研究中發現，大多數的受訪者對本政策仍不甚了解。	• 應加強宣導，例如：可由學校宣導、刊登廣告等並詳述配合執行的優點與不配合的缺點。
	• 政策搖擺不定。	• 執行方法要有充分的評估、規劃與模擬。並且不宜更改，否則民眾無所適從。
	• 欠缺充足的溝通。	• 要告知民眾為何要如此執行，進而解決民眾的問題與疑問。
	• 政策執行不夠落實。	• 政策剛實施時，商家執行得較徹底，現在實施的狀況差很多。執行是屬於公平性的問題，且要嚴格執行，否則對遵守的人會覺得很不公平。
	• 配套措施不夠詳盡。	• 例如：以紙袋代替塑膠袋，而紙製品並不環保，因此此一政策而失業的勞工是否有妥善的安排照顧。
	• 加強回收工作的技術。	• 從如何分類，分幾類，如何清運，及回收再製的實行、規劃皆是重點，否則實行此政策將會事倍功半，更無法真正落實重覆使用的本質。
	• 執行上受爭議，例如： 1. 塑膠袋不可以送但卻可以買。 2. 現在只針對六大行業，卻排除使用量最多的攤販與菜市場。 3. 不設座位的小吃店不在規範內，有設座位的就要配合執行等。	• 1. 塑膠袋不僅要使用者付費，且必須要加重課稅，才能反應社會成本。 2. 關於攤販與菜市場也應列入實施範圍，否則實行的成效必然不彰。 3. 有無設座位的都要實行，否則這種現象也可以存在，以後還有那些商家願意繳稅。
• 塑膠袋一個只賣一至三元，對於民眾而言根本毫無意義，因此合法的塑膠袋被濫用。	• 應該提高塑膠袋的價錢，將所有回收成本，社會成本都加注於塑膠袋裡面，以價制量。	
企業 (商家)	• 過度包裝。	• 政府可以宣導，過度包裝的缺點，希望消費者拒買過度包裝的產品。
	• 包裝材質的回收度低。	• 包裝的材質應選擇可完全回收，如有不實，政府可以向企業罰款。
	• 回收再製比例低。	• 應使用污染性小，可回收再製的包裝材質。否則就必須禁止其販售，並且處以罰款。
	• 各類回收少。	• 企業或商家應廣設各類回收站，做好企業或商家應付出的社會成本，減少社會負擔，協助達成社會利益。
	• 仍舊有許多的商家免費提供不合格的塑膠袋或使用塑膠類(含保麗龍)的免洗餐具。	• 雖然大部分的商家是因為成本考量，但畢竟這是一項好的政策，為了使大家的生活品質更好，及社會利益的永續經營，因此本研究認為執法人員應加強取締，如此才有公信力。
消費者	• 沒有確實配合分類回收。	• 消費者有配合政府分類回收的責任，可以實施回收獎勵，或者是不配合回收者，會遭受處分；再加以教育及溝通宣導。
	• 攜帶購物袋的比例不高。	• 可以嚴格執法，有違規者處以重罰，重要的是要提高消費者購買塑膠袋的金額。
	• 使用塑膠類(含保麗龍)免洗餐具的習性難改。	• 應該宣傳使用的缺點，施予實行者優惠，並加強輔導與檢驗商家如何清洗那些可重覆清洗的餐具。

資料來源：本研究整理



主要分為北部（包含：台北縣、台北市、基隆市、桃園縣、新竹縣、苗栗縣、新竹市）、中部（包含：台中縣、台中市、南投縣、彰化縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市）、南部（包含：台南縣、台南市、高雄縣、高雄市、屏東縣）以及東部（宜蘭縣、台東縣、花蓮縣）等四大部分，各約佔人口比例分別為 43%、27%、25% 及 5%（如圖一所示）。

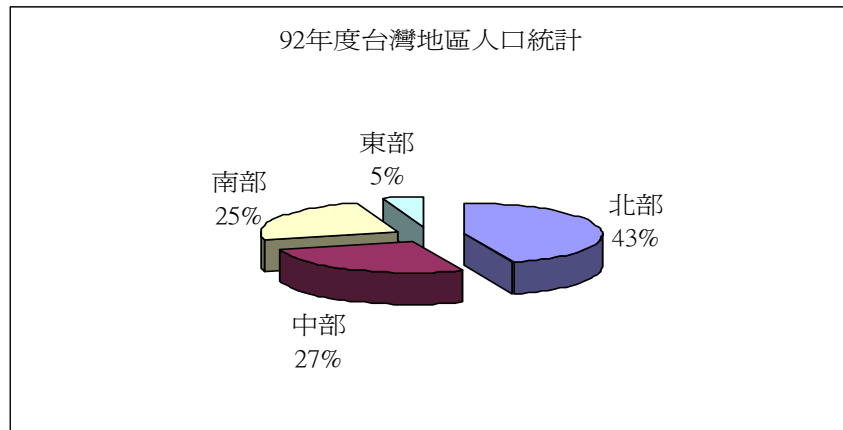
本研究預計有效問卷數至少 200 份以上，而本研究在問卷的發放上將以人員訪問法為主，不足之處以郵寄訪問的方式進行，預期問卷回收率為 80%，而有效問卷約佔

總問卷發放數 70%，因此大約需要 290 份問卷，但為保守起見，將增加問卷發放數 40 份，因此預計總問卷發放數為 330 份。

### 3.問卷內容設計

本研究問卷共有 19 題正式問題，在基本資料方面共包含五個問題，分別為：性別、年齡、職業、教育程度及居住地。為了使有效問卷的比例提高，以及較易取得完整的答案，因此本研究以人員訪問法為主進行調查，不足部分將以郵寄訪問法進行訪問。

本研究問卷擬採李克特尺度（Likertscale）來進行評估。而根據莊立民、



圖一 92 年度台灣地區人口統計

資料來源：內政部

表四 92 年度台灣地區人口統計

地 區	人 口 數	人 口 比 例	預計問卷發放數
北 部	9,921,075	43%	142
中 部	5,957,108	27%	90
南 部	5,507,052	25%	83
東 部	1,057,273	5%	15
總 計	22,442,508	100%	330

資料來源：本研究整理

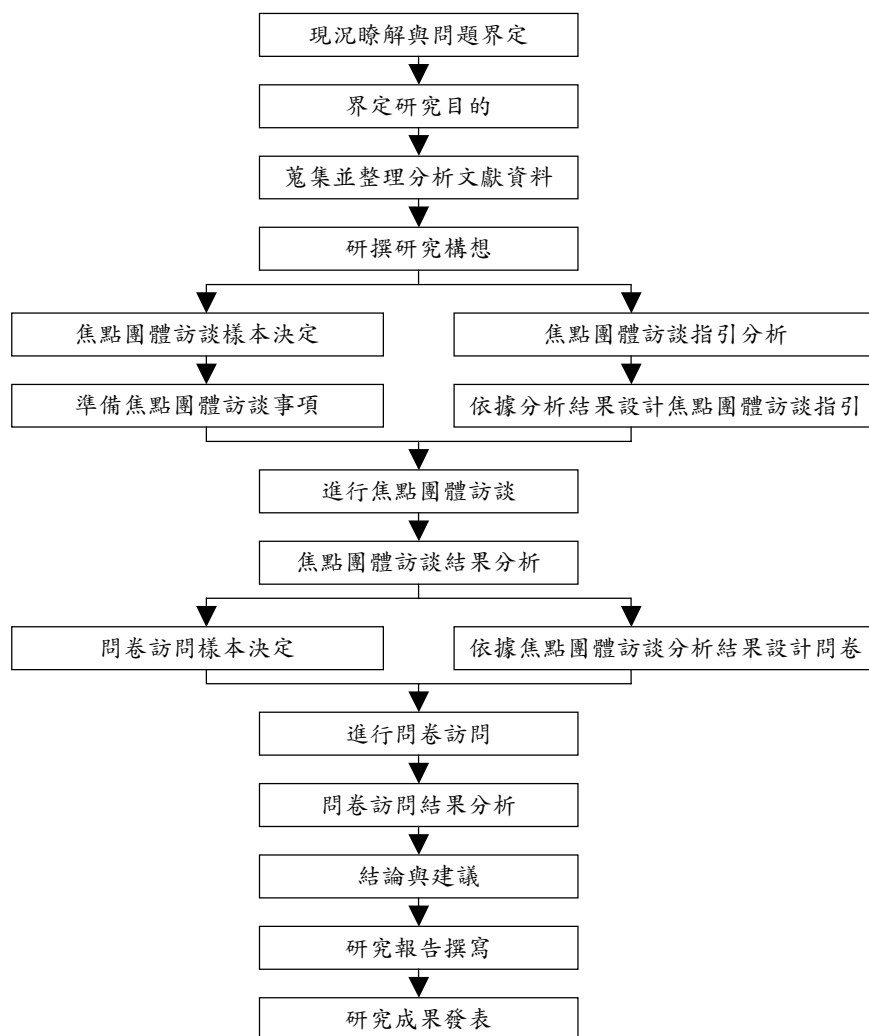
王鼎銘（2004）認為，李克特尺度（Likert scale）是在五項（或七項）量表上，對敘述項強烈主觀認同或不認同的程度。

李克特尺度的所有可能回應項總數必是奇數（通常有五項或七項），而中數（如五項中的第三項）必然是中性的用語（沒意見）或是是否及格的程度（如滿意）。因此本研究將採用五點分量表，並分別以 1 表示「非常同意」、2 表示「同意」、3 表示「普

通」、4 表示「不同意」、5 表示「非常不同意」，來進行資料分析，因此所得平均數愈低代表愈高度同意問卷中的問題；反之，平均數愈高，則表示愈不同意。

### (二) 研究步驟

本研究之步驟經動機、目的與方法之說明後，建立如下：



圖二 研究流程圖

資料來源：本研究整理

## 伍、問卷訪談結果分析

問卷回收後，以 SPSS10.0 版統計軟體進行資料分析。採用的統計方式有描述性統計、交叉分析、單因子變異數分析等。描述性統計係對受訪者之基本資料的分析；單因子變異數分析檢定是為了了解不同變項之間是具有顯著性的差異；交叉分析的目的是為了在具有顯著性差異的情況下的進一步分析。

### 一、信度與效度

本研究有效回收問卷 217 份，信度 Cronbach'  $\alpha$  為 0.7423；根據學者的看法，表示若 Cronbach'  $\alpha$  值大於 0.7，則表示信度相當高；若 Cronbach'  $\alpha$  值大於 0.35 而小於 0.7，則表示信度中等；若 Cronbach'  $\alpha$  值小於 0.35，則表示信度偏低（Guieford, 1965）。而本研究信度 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.7423，表示在信度方面相當高，代表受訪者具有高度的一致性。至於問卷項目之選擇，除依據所做過的三場焦點團體訪談之結果以及參考相關的研究之問卷外，並由具有實務經驗的資深教授討論與篩選而制定，故應具有專家效度。

### 二、問卷訪談基本資料分析

回收樣本資料分析：男性 96 人，佔有效樣本 44.2%、女性 121 人，佔有效樣本數 55.8%。受訪者年齡主要以 21-30 歲為最

多數，共 81 人，佔有效樣本數 37.3%、其次分別為 31-40 歲的 42 人，佔有效樣本數 19.4%、41-50 歲有 38 人，佔有效樣本數 17.5%、51-60 歲有 31 人，佔有效樣本數 14.3%、20 歲以下有 22 人，佔有效樣本數 10.1%、而受訪者有效樣本數最少的年齡層為 60 歲以上的 3 人，只佔有效樣本數 1.4%。在職業方面，其他與製造業佔大多數，分別為 63 人，佔有效樣本數 29%、與 53 人，佔有效樣本數 24.4%、其餘學生、公教人員及服務業所佔比例相當。在教育程度方面，國中以下 67 人，佔有效樣本數 30.9%、高中（職）為 57 人，佔有效樣本數 26.3%、專科有 50 人，佔有效樣本數 23%、大學為 38 人，佔有效樣本數 17.5%、而受訪者人數最少的部分為研究所以上，只有 5 人，佔有效樣本數 2.3%。在受訪者的居住地方面，是本研究抽樣的依據，在北部地區問卷發放比例約為總問卷的 43%，而實際的有效問卷約為 39.6%；在中部地區問卷發放比例約為總問卷的 27%，而實際的有效問卷約為 33.6%；在南部地區問卷發放比例約為總問卷的 25%，而實際的有效問卷約為 24.9%；在東部地區問卷發放比例約為總問卷的 5%，而實際的有效問卷約為 1.8%；由回收實際的有效問卷與問卷發放數之比例而言，除了東部地區以外，大致上是一致的，原因可能是因為地域關係，東部地區大部分是以郵寄問卷，而郵寄問卷最大的缺點即是問卷的回收度低與受訪者容易誤解問卷內容，影響問卷填答的正確性。（如表五所示）。

綜合以上結果可以得知，本研究在受訪

者的背景方面具有多元性。

### 三、問卷內容分析

由問卷基本分析表之題目項 1-7 中，可以得知：從政府開始實施「購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」後，有部分民眾外出購物時會自備購物用塑膠袋，且對於付費取得的購物用塑膠袋也會重複使

用；也認為對於購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具確實有減少使用；但多數民眾也認為，這項政策的實施的確為生活帶來不便，因此可以得知民眾雖然認為不便，但仍會配合政府所推出的這項環保政策。

在問卷基本分析表之題目項 8-13 中得知，民眾認為政府應加強宣導，配合實施「購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」的好處；也認為政府在推行「購物用塑

表五 研究樣本基本資料

類別	N=217	人 數	百 分 比
性別	1.男性	96	44.2
	2.女性	121	55.8
年齡	1.20 歲以下	22	10.1
	2.21-30 歲	81	37.3
	3.31-40 歲	42	19.4
	4.41-50 歲	38	17.5
	5.51-60 歲	31	14.3
	6.60 歲以上	3	1.4
職業	1.學生	33	15.2
	2.服務業	37	17.1
	3.製造業	53	24.4
	4.公教人員	31	14.3
	5.其他	63	29
教育程度	1.國中以下	67	30.9
	2.高中(職)	57	26.3
	3.專科	50	23.0
	4.大學	38	17.5
	5.研究所以上	5	2.3
居住地	1.北部	86	39.6
	2.中部	73	33.6
	3.南部	54	24.9
	4.東部	4	1.8
	5.其他	0	0

資料來源：本研究整理

膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」時，不夠落實，政策搖擺不定、配套措施不夠詳盡、欠缺充足的宣導、配套措施不夠詳盡、並且對於相關規定不甚了解。

再者，由問卷基本分析表之題目項 15-18 中所示，民眾對商家的部分，認為大部分商家沒有確實遵守「購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」，且商家所提供產品包裝的回收執行度及產品材質的可回收度都偏低，對於產品也有過度包裝。

最後在問卷基本分析表之題目項 19 中可得知，受訪者對於自己是否有確實配合分類回收工作，這方面的表現也不盡理想。由研究可知民眾無論對於政府、企業(或商家)以及受訪者自己的表現都不甚滿意。因此本研究認為，此項環保政策如果在法令、與政府的執行上可以合理確實的話，應該可以更徹底地執行。

#### 四、人口統計變項對此政策之差異性

接下來是針對本研究之問卷，探討政府推行塑膠袋與免洗餐具（含保麗龍）限制使用政策，是否會因為人口統計變項的不同而有行為上的差異。依序針對 19 項問題，對本研究之人口統計變項進行單因子變異數檢定。研究發現，其中在性別這部分，男性與女性之間的行為具有顯著性的差異，之後再進行交叉分析，得到男性與女性，在三個問項上有顯著性差異(如表七、表八、表九、表十、表十一、表十二所示)，結果顯示無論是在「實施購物用塑膠袋限制使用政策是否對日常生活造成不便」或「現在外出購物

時，大部分會自己攜帶購物袋」，以及「有確實配合分類回收工作」等問題上，女性做得比男性好。普遍上女性不會認為限制使用購物用塑膠袋此一政策會帶來不便，並且大部分會自行攜帶購物用塑膠袋，以及有確實做好分類工作。由此我們也可以得知，相較於男性，女性是比較細心的，並且對於生活上的問題處理，比男性更注重。

## 陸、結論

藉由本研究分析，可以將結論歸納出以下幾點：

- 一、大多數的民眾認為，此政策確實造成生活上的不便，但仍會配合政府所推行的這項環保政策。
- 二、部分民眾現在外出購物時會自備購物用塑膠袋，且對於付費取得的購物用塑膠袋也會重複使用，顯示政府實行此政策確實有達到減少使用購物用塑膠袋與塑膠類免洗餐具的效果。
- 三、因為性別的不同而有行為上的差異－無論是在「實施購物用塑膠袋限制使用政策對日常生活造成不便」或「現在外出購物時，大部分會自己攜帶購物袋」，以及「有確實配合分類回收工作」等問題上，女性做得比男性好。另外，女性普遍上不會認為限制使用購物用塑膠袋政策會帶來不便，並且大部份會自行攜帶購物用塑膠袋，以及有確實做好分類工作。
- 四、政府未來如有要推行其他政策時必須在事前有充分的規劃與準備，而一旦實行

後就必須徹底執行，勿搖擺不定亦或一再變更政策。

五、政府在推行政策時，必須要與民眾和執行人員做充分的溝通，並加強宣導實施「購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」的好處；而宣導上必須要充足，如果連執行人員都一頭霧水，要民

眾如何遵行。

六、受訪者對於自己在配合分類回收工作方面，表現也不盡理想。由此可推論，民眾內心世界還有相當大的改善意願空間，此一空間，也是政府決策與執行者，持續改善的工作重點。

表六 問卷基本分析

題目項	問 題	眾數	平均數
1	政府在百貨公司、量販店、超級市場、連鎖便利商店、速食店及有店面餐飲業等場所實施「購物用塑膠袋限制使用政策」，對您日常生活造成不便	2	2.75
2	從政府開始實施「購物用塑膠袋限制使用政策」後，您有減少購物用塑膠袋的使用	2	2.2
3	現在您外出購物時，大部分會自己攜帶購物袋	2	2.52
4	現在您外出購物時，大部分會向商家購買塑膠袋	3	3.12
5	您付費取得的購物用塑膠袋，帶回家後會重覆使用	2	2.43
6	政府在百貨公司、量販店、超級市場、連鎖便利商店、速食店及有店面餐飲業等場所實施「塑膠類（含保麗龍）免洗餐具限制使用政策」，對日常生活確實造成不便	3	2.91
7	從政府開始實施「塑膠類（含保麗龍）免洗餐具限制使用政策」後，您有減少免洗餐具的使用	2	2.41
8	您認為政府應加強宣導，配合實施「購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」的好處	2	2.12
9	您對於政府實行「購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」的相關規定不甚了解	3	2.57
10	您認為政府在推行「購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」時，政策搖擺不定	2	2.35
11	您認為政府在推行「購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」時，不夠落實	2	2.18
12	您認為政府在推行「購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」時，欠缺充足的宣導	2	2.28
13	您認為政府在推行「購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」時，配套措施不夠詳盡（例如：輔導廠商轉型）	2	2.49
14	您認為塑膠袋一個只賣一至三元，售價偏低	3	3.23
15	您認為企業（或商家）對於產品包裝的回收執行度低	2	2.44
16	您認為企業（或商家）對於產品包裝有過度包裝	3	2.47
17	您認為企業（或商家）對於產品包裝材質的可回收度低	3	2.37
18	您認為大部分商家沒有確實遵守「購物用塑膠袋及塑膠類免洗餐具限制使用政策」	2	2.45
19	您有確實配合分類回收工作	3	2.60

資料來源：本研究整理

表七 性別\*1.購物用塑膠袋政策是否造成不便交叉分析表

個 數	1.購物用塑膠袋政策是否造成不便					總 和
	非常同意	同 意	普 通	不 同 意	非常不同意	
性別 男	10	40	27	17	2	96
女	8	35	47	26	5	121
總 和	18	75	74	43	7	217

資料來源：本研究整理

表八 性別\*1.購物用塑膠袋政策是否造成不便 交叉分析表（百分比列表）

		1.購物用塑膠袋政策是否造成不便					總 合
		非常同意	同 意	普 通	不 同 意	非常不同意	
性 別	男	10.4%	41.7%	28.1%	17.7%	2.1%	100%
	女	6.6%	28.9%	38.8%	21.6%	4.1%	100%

資料來源：本研究整理

表九 性別\*3.是否會攜帶購物袋 交叉分析表

個 數	3.是否會攜帶購物袋					總 和
	非常同意	同 意	普 通	不 同 意	非常不同意	
性別 男	9	34	36	14	3	96
女	24	43	37	16	1	121
總 和	77	73	30	4	217	77

資料來源：本研究整理

表十 性別\*3.是否會攜帶購物袋 交叉分析表（百分比列表）

		3.是否會攜帶購物袋					總 合
		非常同意	同 意	普 通	不 同 意	非常不同意	
性 別	男	9.4%	35.4%	37.5%	14.6%	3.1%	100%
	女	19.8%	35.5%	30.6%	13.2%	0.9%	100%

資料來源：本研究整理

表十一 性別\*19.您有配合分類回收 交叉分析表

個 數	19.您有配合分類回收					總 和
	非常同意	同 意	普 通	不 同 意	非常不同意	
性別 男	11	24	46	8	7	96
女	18	46	42	11	4	121
總 和	29	70	88	19	11	217

資料來源：本研究整理

表十二 性別\*19.您有配合分類回收 交叉分析表 (百分比列表)

		19.您有配合分類回收					總 合
		非常同意	同 意	普 通	不 同 意	非常不同意	
性 別	男	11.5%	25%	47.9%	8.3%	7.3%	100%
	女	14.9%	38.0%	34.7%	9.1%	3.3%	100%

資料來源：本研究整理

## 參考文獻

### 一、中文部分

- 「中華民國臺閩人口統計季刊」(2003)。第 29 卷，第 4 期，冬季刊，內政部。
- 方世榮譯 (1999)。「行銷學原理」。東華書局，台北。原著：Kotler & Armstrong，「Principles of Marketing」。
- 王志剛譯 (1984)。「行銷學原理」。華泰書局，台北。原著：Kotler，「Principles of Marketing」。
- 王仕如、任立中 (2001)。「連鎖飲料攤興起成因與消費者行為之研究—大台北地區為例」。企銀季刊，第二十四卷，第六期，p.63-p.78。
- 呂長民 (2004)。「行銷研究—研究方法與實例應用」。前程企業，台北。
- 余朝權 (1993)。「現代行銷管理」。五南圖書出版公司，台北。
- 吳青松 (1998)。「現代行銷學—國際性視野」。智勝，台北。
- 吳萬益、林清河 (2001)。「企業研究方法」。華泰書局，台南。
- 李茂興譯 (2000)。「行銷策略」。揚智文化，台北。原著：Subhash C. Jain，「Marketing Planning & Strategy」。
- 莊立民、王鼎銘譯 (2004)。「企業研究方法—質化與量化方法之應用」。雙葉書廊，台北。Robert Y. Cavana/Brian L. Delahaye/Uma Sekaran 原著。
- 連廷誥，連廷嘉 (2001)。「同儕意外死亡對高中生班級人際衝擊及其哀傷歷程之研究」。二十一世紀教育改革與教育發展，國際學術論文研討會，p.117-p.154。
- 張錫鈞 (2000)。「消費者行為理論模式之應用—以宜蘭地區家具消費者行為為例」。宜蘭技術學報，第五期，p.45-p.67。
- 黃俊英 (1997)。「行銷研究概論」。華泰書局，台北。
- 黃俊英 (1999)。「行銷研究—管理與技術」。華泰書局，台北。
- 漆梅君 (2001)。「透視消費者—消費行為理論與運用」。學富文化事業有限公司，台北。
- 蓋洛普公司 (2003)。「實施第二階段購物用塑膠袋及塑膠類 (含保麗龍) 免洗餐具限制使用政策意向調查」問卷。
- 陳正男譯。「行銷學原理」。東華書局，台北。原著：Kotler & Armstrong，「Principles



- of Marketing」。
- 陳永仁、劉佳鈞。「行政院環境保護署之環境教育政策與宣導經驗」。環境教育，第二十期，p.6-p.23。
- 賴其勛（2001）。「消費者行為」。滄海書局，台北。
- 環保署（2002）。「購物用塑膠袋及塑膠類（含保麗龍）免洗餐具限制使用第一批公告」。行政院環境保護署。
- 環保署（2002）。「購物用塑膠袋及塑膠類（含保麗龍）免洗餐具限制使用第二批公告」。行政院環境保護署。
- 魏啟林譯（1998）。「行銷學精論」。華泰書局，台北。原著：Philip Kotler，「Marketing Essentials」。
- 簡貞玉譯（1996）。「消費者行為」。五南圖書出版公司，台北。原著：Del I. Hawkins，Roger J. Best，Kenneth A. Coney，「Consumer behavior: implications for marketing strategy」。
- 二、英文部分
- 「AMA Board Approves New Marketing Definition」 (1985), Marketing News.
- Dalrymple & Parsons (1986). *Marketing Management: Strategy and Case*.
- Engel, James F., Kollat David T. and Blackwell, Roger D. (1968). *Consumer Behavior*. Dryden.
- Guieford, J. P. (1965). *Fundamental statistics in psychology and education*. 4<sup>th</sup> ed. McGraw-Hill. New York.
- James F. Engel, Roger D (1982). *Blackwell Consumer Behavior* Holt. Rinehart and Winston. New York.
- James F. Engel, Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard (1990) *Consumer Behavior Dyden*, Chicago.
- Khan, M. E.; Manderson, L. (1992). *Focus groups in tropical diseases research*. 7<sup>th</sup>. Health Policy and Planning.
- Kotler, Philip (1984). *Marketing Management: Analysis, Planning and Control*. 5<sup>th</sup> ed. Englewood Cliffs. N. J.: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip and Armstrong (1983). *Marketing: An Introduction*, Englewood Cliffs. N. J.: Prentice-Hall.
- Perterson (1987). *Marketing: A Contemporary Introduction*.
- Robertson, Thomas S., Joan Zielinski & Scott Ward (1984). *Consumer Behavior*. Scott. Foresman and Company.
- Solomon, Michael R. (1992). *Consumer Behavior*. Allyn & Bacon.

# A Research of the Effects on the Public by “The Policy of Restriction in Using Plastic Bags and Disposable Plastic (Including Polystyrene Plastic) Tableware”

Chun-Hsien Su\*      Yen-Hui Lin\*\*

## Abstract

The main purpose of this study is to explore the effects on the public resulted from the restricted policy of using plastic shopping bags and disposable plastic (including Styrofoam) tableware. In order to acquire representative data, there are two methods introduced in this research. The first is “focus group interview”, and then followed by gathering data with our “questionnaires survey”, which was developed on the basis of the consequences from the focus group interview. The data was analyzed by using the SPSS 10<sup>th</sup> version.

The findings are: (1)the public felt that the restricted policy really brings inconvenience in their life, but they will still, however, obey the environment protection policy, (2)The female are more willing to comply the policy than the male, and (3)The public generally think that neither government nor nongovernmental groups adhering to the environment protection policy completely.

Keywords : focus group interview, plastic shopping bags, disposable tableware

---

\* Associate Professor Department of business administration Chang Jung Christian University

\*\* Graduate school of business administration Chang Jung Christian University