

# 永續包裝是否影響消費者購買意願之初探—以精油護膚品為例

## Will Sustainable Packaging Increase Consumer Purchase Intentions- A Case Study of Essential Oil Skincare Products

作者張世明(SHIH MING CHANG)元智大學、資訊傳播學系及副教授

作者林瑋薪(WEI SHIN LIN)元智大學、資訊傳播學系及碩士班研究生

### 摘要

本研究旨在探討消費者對於使用回收再生材料的外包裝是否會增加其購買意願的影響，以及對於精油保養品企業在永續包裝設計方面的需求和建議。在環境永續發展的議題下，消費者對於綠色消費的意識與行為逐漸受到關注。本研究旨在回答以下問題：消費者對於永續包裝的偏好程度如何？永續包裝對於消費者購買意願有何影響？消費者在選擇精油護膚品包裝材質時考慮的因素是什麼？本研究的結果有助於了解消費者對於環保包裝的需求，並提供實質建議以優化商品包裝設計。

進行此研究之前，我們首先深入探討了研究背景與動機，以進一步了解綠色消費的興起以及永續包裝在此過程中的重要性。隨著人們對環境保護意識的提升，綠色消費理念逐漸成為消費者行為的主流趨勢。消費者不僅關注產品的品質和價格，還越來越注重其對環境和社會的影響。因此，企業需要通過提供環保友好的產品和包裝來滿足消費者的需求，從而獲得競爭優勢和市場份額。

透過研究目的的設定，我們確定了本研究的重點，即評估消費者對於永續包裝的偏好程度，並探究其對於購買意願的影響。同時，我們也將分析消費者在選擇精油護膚品包裝材質時的考量因素，以提出相應的建議。

研究流程方面，我們首先進行了相關文獻的收集和整理，以了解過去研究中對於綠色消費和永續包裝的相關研究成果。接著，我們制定了研究假設和架構，並設計了問卷調查以收集相關資料。最後，共回收了 24 份問卷，經過排除一致性不足和無效的問卷後，最終有效回收了 23 份問卷，有效回收率為 95.45%。本研究將逐一解釋分析結果。我們將利用統計方法對收集到的數據進行分析，以得出研究結果。

結果顯示，消費者對於綠色消費認知、永續包裝設計以及綠色購買意願之間存在相互影響的關係，這一結果呼應了環境意識不斷提升對消費者行為的影響。特別是在當今注重可持續發展的時代背景下，消費者更加關注產品的環境友好程度，從而影響其購買意向和消費決策。

消費者對於永續包裝設計的重視程度與其綠色購買意願之間存在一定程度的正相關，這表明了企業在產品包裝設計上的投入對於消費者的綠色消費意識和行為具有重要影響。有意識地選擇環保包裝的產品不僅能滿足消費者對環境保護的需求，還能提升品牌形象和市場競爭力。

在制定綠色商品的市場推廣策略和產品設計方面，企業應更加注重消費者對環境友好產品的需求。除了提供高品質的產品外，還應注重產品的綠色認證和包裝設計，主動回應消費者的環保期待，從而贏得消費者的信任和支持。

**關鍵詞：**可持續包裝 永續包裝 消費者行為 購買意願 環境影響

## 參考文獻

倪宜莎、楊濱燦（2021），綠色品牌形象、時尚涉入與品牌共鳴關係之研究—以台北市信義區精品品牌為例。《紡織綜合研究期刊》，31(1)，25-40。

楊政學、林靖亞（2013）。消費者綠色消費行為意向之研究。《明新學報》，39(2)，219-232。

綠色消費意識抬頭，資策會調查：這年齡層意願最高。(2023, June 16). ESG 遠見。

陳杞鈺（2006）。再生紙廠廢棄物資源化可行性之研究〔碩士論文，元智大學〕。

李易珊（2021）。綠色包裝對保養品購買意願影響之研究〔碩士論文，國立臺北商業大學〕。

黃淨燕、蔡明純、范惟翔（2022）。銀髮族健康產業管理之研究。《觀光與休閒管理期刊》，10(1)，60-67。

鍾岳詩（2008）。精油產品業導入服務行銷組合之研究〔碩士論文，國立臺北科技大學〕。

黃淨燕、蔡明純、范惟翔（2022）。銀髮族健康產業管理之研究。《觀光與休閒管理期刊》，10(1)，60-67。

老年人口突破 14% 內政部：臺灣正式邁入高齡社會。(2018, April 10). 中華民國內政部。

何儷倩、黃彥、黃宸（2023）。魅力工學於精油按摩消費情境影響因子之研究。計量管理期刊，20(2)，1-19。

環境部資源循環署 (Ed.). (n.d.). 綠色設計. 環境部環境資源署.  
<https://www.reca.gov.tw/greendesign>

鄭巧宜（2016）。企業社會責任認知、綠色消費態度與行為意向關係之研究-以大學生為例〔碩士論文，國立中山大學〕。

陳振甫，王鴻祥，何明泉，洪明正，曾漢壽，鄭鳳琴，（1995）。綠色設計，台北：中華民國對外貿易發展協會。

王玉亭（2017）。綠色美妝保養品購買意願之研究-TPB 模型觀點〔碩士論文，淡江大學〕。華藝線上圖書館。

陳逸鑫（2023）。消費者對綠色產品消費態度之研究〔碩士論文，淡江大學〕。華藝線上圖書館。

Technavio (2021). Packaging market by end-user, type, and geography - forecast and analysis 2021 – 2025.

Ritchie, H. (2018). Plastic pollution. Our World in Data.

Trivium (2020). 2020 Global buying green report.

Wai-Kwan Li, Kent B. Monroe, and Darius K-S Chan (1994) , "The Effects of Country of Origin, Brand, and Price Information: a Cognitive-Affective Model of Buying Intentions", in NA - Advances in Consumer Research Volume 21, eds. Chris T. Allen and Deborah Roedder John, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 449-457.

Mohamed Abdoul-Latif F, Elmi A, Merito A, Nour M, Risler A, Ainane A, Bignon J, Ainane T. Essential Oils of *Ocimum basilicum* L. and *Ocimum americanum* L. from Djibouti: Chemical Composition, Antimicrobial and Cytotoxicity Evaluations. Processes. 2022; 10(9):1785.

Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effect of price, brand and store information on buyers' product evaluations. Journal of Marketing Research, 28(3), 307-319.

Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effect of price, brand and store information on buyers' product evaluations. Journal of Marketing Research, 28(3), 307-319.

Lee, K. (2008). Opportunities for green marketing: young consumers. *Marketing Intelligence & Planning*, 26(6), 573-586.