



問卷調查結果

# 文化環保狀線

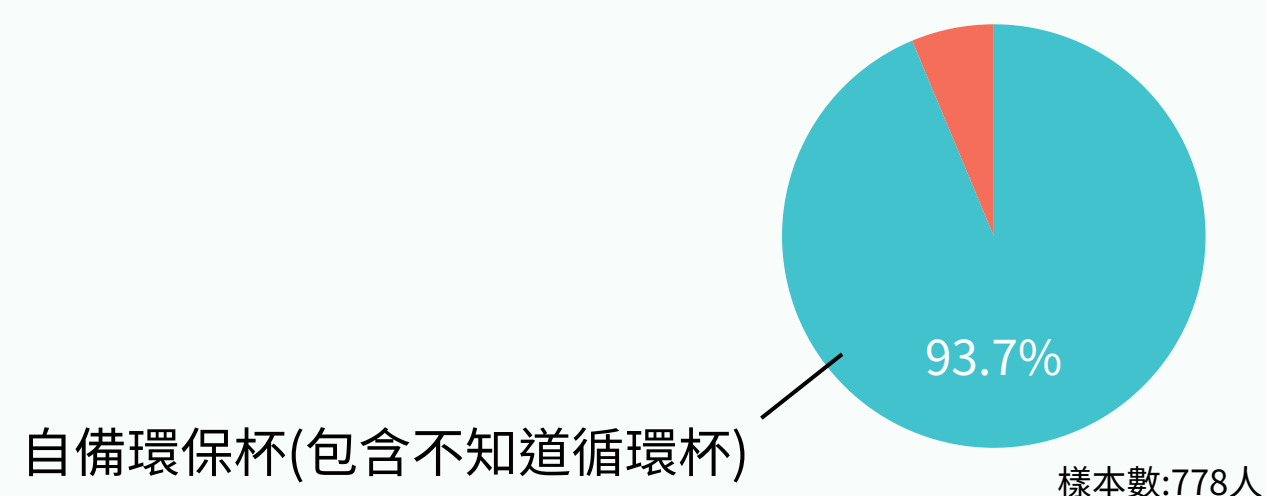
## 目標：降低一次性杯子使用率加強環境保護

### 前言

現行政策有「自備環保杯」和「租借循環杯」兩種選擇

根據本組的調查結果，多數人傾向於「自備環保杯」(圖一)，那麼現階段「租借循環杯」的阻礙為？

Q.自備環保杯和租借循環杯您會更傾向於哪一種？



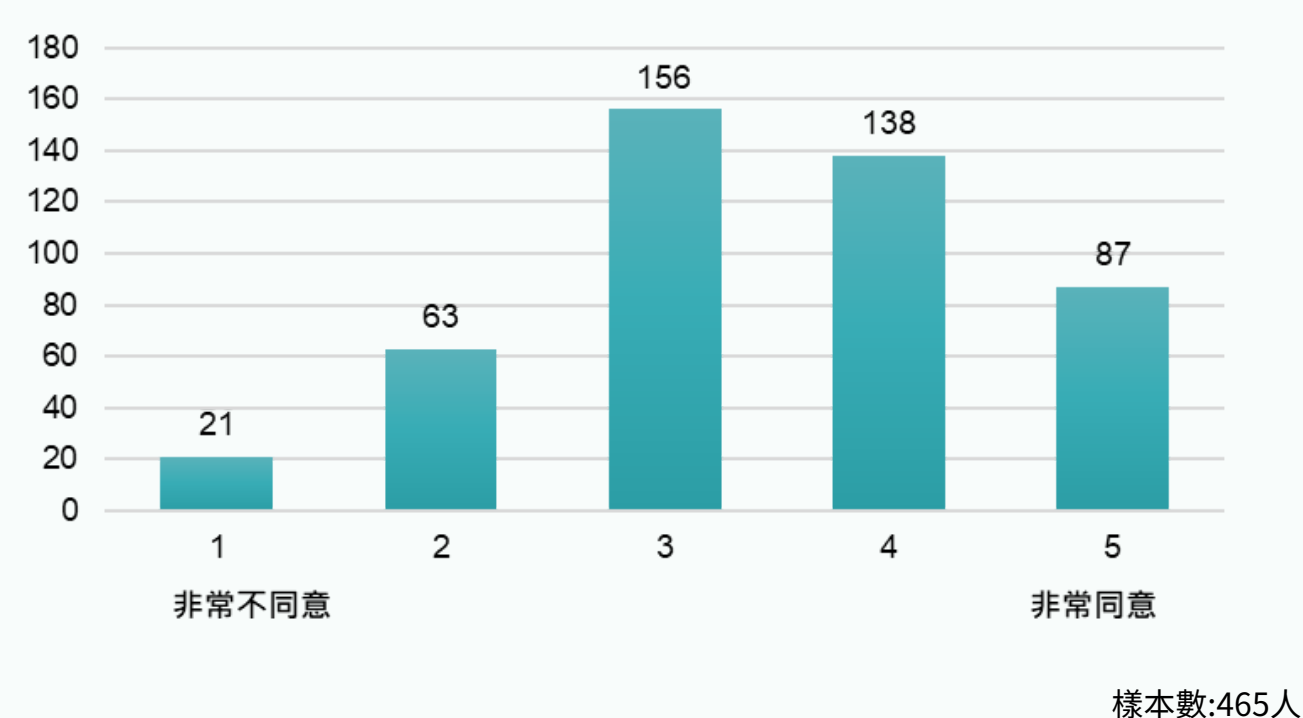
▲(圖一)

- 各個店家的租借方式不盡相同，讓人感到複雜或麻煩
- 在地區與門市上仍然有較大的限制(尚未普及)
- 多數人不瞭解或不知道循環杯
- 人們對於循環杯的衛生問題有刻板印象

### A.提高折扣價格會是個好辦法？

- 下圖為問卷中針對有飲料店工作經驗者填答之題目及結果

Q.如果有其他方式促使顧客自備環保杯會比提高折扣價格來得好



▲普遍認同比起一味的提高折扣價格  
應有其他更好的做法能夠促使顧客自備環保杯

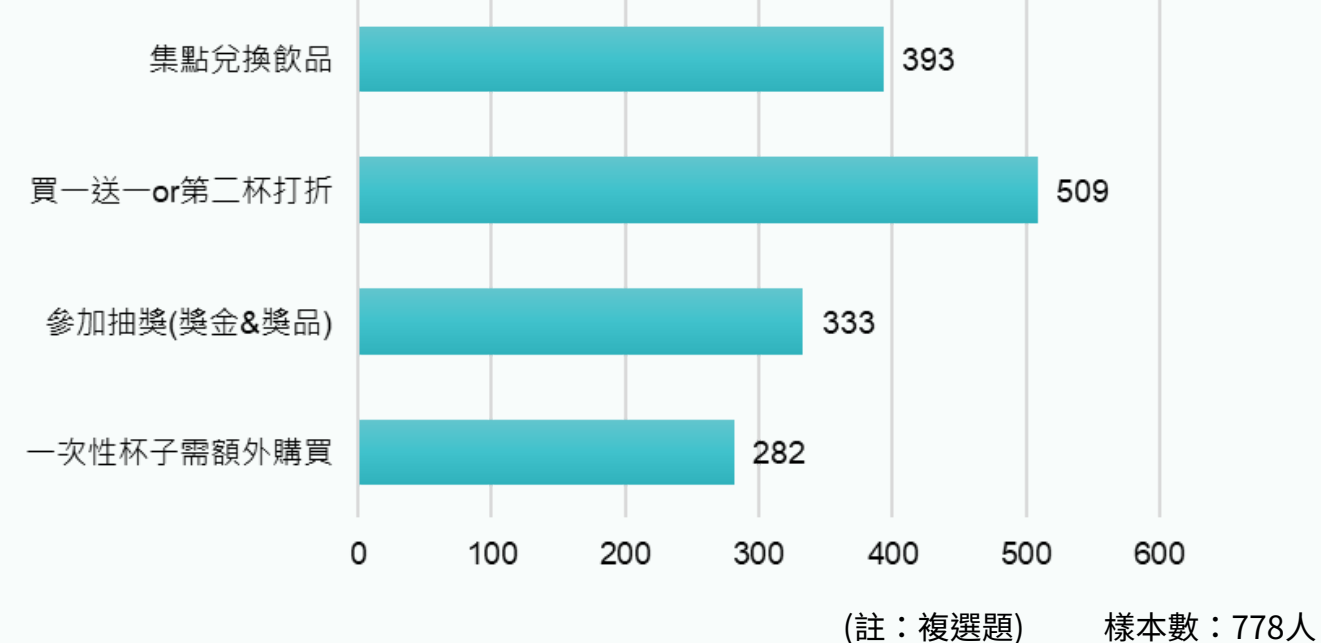
從經濟學的「邊際效用遞減法則」來看，折扣價格越往上提高時的成效，會不及一開始提供折扣時的成效，且對於店家來說也不願意承擔更多的成本。

➡提高折扣價格並非長久之計

### B.問卷調查-何種方式較能吸引消費者？

- 本組於問卷中提供下列選項，觀察消費者的選擇

Q.下列哪項方案實施可以使您更願意自備環保杯？(可複選)



### C.實地訪問-店家的看法是？

- 實地走訪文化大學周邊非連鎖飲料店得到的回覆如下

方案	店家回饋
集點兌換飲品	1.其實就是變相提高折扣 2.飲料店如今獲利沒有那麼高了
第二杯半價	3.做這些對於店家來說是有意義的
一次性杯子加價購買	相比前述兩項較能接受

➡多數消費者選擇的方法對於店家來說並不可行  
證實變相的提高折扣也非可實現之方法

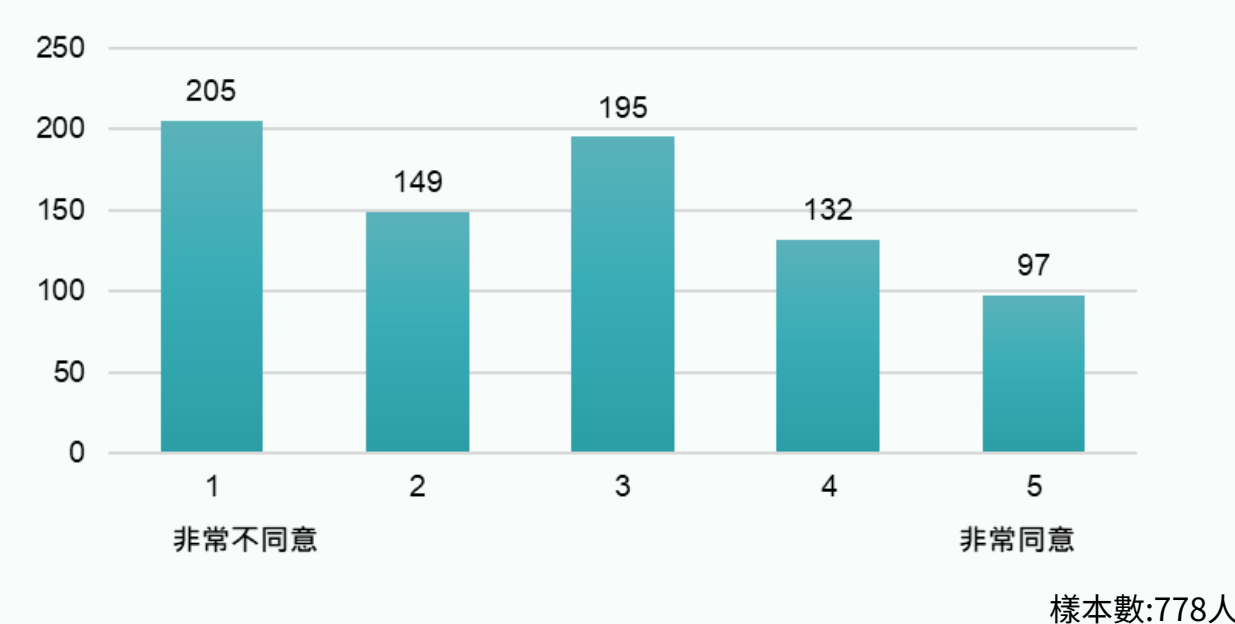
### 總結

預期有效且合理的方式為？

一次性杯子需加價購買

「損失規避」：由心理學家 Daniel Kahneman 和 Amos Tversky 所提出的心理學學說，指人們討厭失去的感覺，對於損失這件事會特別敏感，損失的痛苦大於獲得的喜悅，因此真正可以驅動行為的是損失並非獲得。

Q.若是將目前自備環保杯折扣至少5元的政策改為一次性杯子需額外購買，您的意願是？



▲問卷填答者中約有45%的人傾向不同意  
可以反應出人們有損失規避的心態

➡以心理學結合行為經濟學可以預期加價購買一次性杯子取代折扣會相對有效地減少一次性杯子的使用