

# 基于问卷调查的大学生绿色消费行为影响因素研究

王紫雪, 林 珑, 陈鹏鑫

(嘉兴学院商学院, 浙江 嘉兴 314000)

**摘 要** 绿色消费是实现可持续发展的重要手段, 也是实现“双碳”目标的必然要求, 本文通过发放问卷, 在有效数据的基础上进行分析研究, 得到的结果显示: 政策规范、社会因素、个人因素等都影响着大学生的绿色消费行为。其中, 社会因素是对绿色消费行为影响最大的因素。本文采取问卷调查了解大学生群体的绿色消费的现状, 并通过交叉分析、因子分析得出基本结论, 最后从政策、学校、企业和个人四个方面为引导大学生绿色消费提供针对性意见。

**关键词** 低碳; 绿色消费; 大学生

**基金项目:** 本文系 2023 年浙江省大学生科技创新活动计划(新苗人才计划)项目(项目编号: 2023R417A001)的研究成果之一。

中图分类号: G645

文献标识码: A

文章编号: 2097-3365(2024)01-0109-03

2020 年 9 月, 我国提出了到 2030 年实现碳达峰、2060 年实现碳中和的节能减排战略目标。为实现“双碳”目标, 我国必须走绿色低碳发展道路, 这就要求我们要积极行动起来, 以绿色消费驱动我国经济社会的绿色转型<sup>[1]</sup>。作为未来消费的主力军, 新时代大学生群体消费行为对于社会文化具有较大的影响和推动作用<sup>[2]</sup>。

## 1 研究方案

为了解在“双碳”导向下大学生绿色消费行为的影响因素, 通过问卷调查, 采用交叉分析和因子分析来分析目前大学生绿色消费中存在的问题及影响大学生进行绿色消费的因素。因子分析中因子之间不相关, 每个因子能反映变量之间的关系, 有助于更客观地描述多个变量对样品的联系性影响<sup>[3]</sup>。

## 2 问卷设计

问卷设计从调查对象的基本信息、绿色消费认知、绿色消费行为和绿色消费影响因素四个方面进行, 并结合大学生消费特点设计了单项和多项选择题, 其中部分采用了李克特 5 点量表的形式。

本研究通过将问卷以问卷星形式进行发放, 还通过转发的形式对各地高校的同学进行调研。问卷共发放了 600 份, 收到的有效问卷为 562 份, 回收率为 93.7%。

本文利用 SPSS 软件对预处理后的数据进行检验, 发现全部呈现显著性。其中政策规范、社会因素、个

人因素的 Cronbach's Alpha 系数值均超过 0.9, 表示测量模型的内在一致性良好, 说明问卷可进行调查。

## 3 数据分析

### 3.1 基本统计

问卷中首先是对学生基本信息的调查题目, 被调查者中, 男女比例为 276:266, 较为平均。从学校类型看, 普通高等院校最多; 从专业分布看, 分布较为广泛, 其中理学类、工学类和管理类人数较多。由此表明, 调查对象具有代表性。

问卷中还包括大学生绿色消费认知情况和完成情况的统计, 经调查发现, 大部分大学生对绿色消费是有一定程度的了解的, 但是认识不够深刻; 大学生选择“乘坐公共交通工具”“减少一次性产品使用频率”此种类型的绿色消费较多, 选择“购买绿色产品”等较少。说明大学生了解绿色消费, 存在绿色消费行为, 但对绿色消费了解不全面、不深刻, 尤其是对绿色产品有关的消费, 反映出目前绿色产品的不足之处, 绿色消费仍需宣传推进。

### 3.2 交叉分析

本文采用交叉分析的方法, 分别对绿色消费的态度与其所处学校类别和绿色消费的概念认知情况与绿色消费的态度进行交叉分析。大学生对绿色消费的态度与学校类别二者没有显著差异, 反映出绿色消费处

于发展的初级阶段, 各类高校在绿色消费方面的教育水平并未有明显差异。说明目前各高校应加强绿色消费教育投入力度; 认知情况与绿色消费态度的交叉反映出对绿色消费概念了解程度越高, 越认为绿色消费有必要, 反之, 持不支持态度。由此可见, 我们仍需宣普及绿色消费知识, 引导绿色消费。

### 3.3 影响大学生进行绿色消费的因素因子分析

本文对问卷调查采集到的政府政策要求、社会助力绿色消费等9个指标提取公因子, 运用SPSS软件, 进行探索性因子分析。

1. 因子提取。为了探究大学生进行绿色消费的倾向和各因素之间的潜在关系, 我们对9个指标进行因子分析, 提取出的公因子如表1所示。

表1 公因子

	初始	提取
政府政策要求	1.000	.974
激励约束政策鼓励	1.000	.975
社会宣传助力绿色消费	1.000	.976
绿色消费氛围浓厚	1.000	.975
环境问题日益严重	1.000	.974
认为绿色产品更健康安全	1.000	.976
环保节约的习惯	1.000	.975
个人有绿色消费理念	1.000	.974
切身感受了绿色消费益处	1.000	.975

由分析可知, 影响大学生绿色消费行为的因子可以概括成三点: 政策规范因子、社会因素因子、个人因素因子。

2. 影响因子效能分析。为了探究影响大学生进行绿色消费的因素, 我们对各因子进行了效果指数统计, 计算出了各因子的总体平均得分、总体权重, 权重越高赞同度越高, 如表2所示。

从表2可以看出, 这三个因子的赞同度普遍较高。其中社会因素因子的赞同度最高, 达到0.3427, 说明大学生是否进行绿色消费跟社会因素关联度最高, 政策规范因子其次, 赞同度为0.3306, 大学生是否进行绿色消费跟政府支持也具有较高的关联度。

3. 因子得分计算。为了探究影响大学生进行绿色消费的因素并对其进行分析和综合评价, 我们采用因

子回归法, 根据因子得分系数和原始指标的观测数据得到因子得分系数矩阵, 结果如表3所示。

设F1、F2和F3为提取的三个公共因子。F1(政策规范因子)中两个指标分别为X1、X2; F2(社会因素因子)中三个指标分别为X3、X4、X5; F3(个人因素因子)中四个指标分别为X6、X7、X8、X9。

根据该矩阵和指标观测值可以计算因子得分, 计算公式如下:

$$F1 = -0.148X1 + 0.275X2 + 0.448X3 + 0.059X4 + 0.475X5 - 0.304X6 - 0.139X7 + 0.340X8 + 0.170X9$$

$$F2 = -0.054X1 - 0.107X2 - 0.266X3 - 0.032X4 - 0.075X5 + 0.595X6 + 0.402X7 + 0.284X8 + 0.381X9$$

$$F3 = 0.682X1 + 0.173X2 + 0.156X3 + 0.386X4 - 0.083X5 + 0.096X6 + 0.192X7 - 0.343X8 - 0.247X9$$

将三个主因子的得分进行加权综合, 权重为各主因子的方差贡献率与三个主成分的累计贡献率的比值, 得到综合模型:

$$F = 0.326F1 + 0.358F2 + 0.361F3$$

F系数值越高则表示对大学生绿色消费行为的影响越大。

4. 因子分析。结合上述综合评价模型公式和成分矩阵表的数据可知, 所提取出的政策规范、社会因素、个人因素这三个主成分因子中, 政府规范、社会因素这两个角度的因素对大学生进行绿色消费影响较大, 尤其是社会因素中“社会宣传助力绿色消费”“绿色消费氛围浓厚”“环境问题日益严重”是影响大学生进行绿色消费的主要因素, 绝大多数受访者都表示政府有关方面的政策扶持力度有待提升。而个人因素对于大学生进行绿色消费的影响程度相对较小, 但仍产生重要作用, 尤其是“认为绿色产品更健康安全”“环保节约的习惯”指标是主要因素, 可以看出个人消费习惯理念以及绿色产品本身也会很大程度上影响大学生是否选择绿色消费。

## 4 基本结论和对策建议

本文基于已有文献和对大学生的消费行为进行研究分析, 得到以下主要结论: 政策规范、社会因素、个人因素等都影响着大学生的绿色消费行为, 其中, 社会因素影响最大。目前, 我国绿色消费仍处于初级阶段, 仍需加快加大宣传普及绿色消费的力度。对此, 本文提出以下建议:

1. 加强政策宣传, 鼓励绿色消费。绿色消费需要健全的法律法规, 正确积极地引导推动绿色消费。地方

表 2 影响因子效能分析表

	因子载荷	权重	均值	总体平均数	总体权重	命名
政府政策要求	0.498	0.2178	3.81	3.86	0.3306	政策规范
激励约束政策鼓励	0.497	0.1128	3.91			
社会宣传助力绿色消费	0.534	0.1105	3.93	3.95	0.3427	社会因素
绿色消费氛围浓厚	0.502	0.1602	3.98			
环境问题日益严重	0.568	0.0720	3.94	3.88	0.3266	个人因素
认为绿色产品更健康安全	0.459	0.1120	3.86			
环保节约的习惯	0.567	0.1436	3.87			
个人有绿色消费理念	0.552	0.0262	3.80			
切身感受了绿色消费益处	0.525	0.0448	3.97			

表 3 因子得分函数表

指标	成分		
	1	2	3
政策要求	-0.148	-0.054	0.682
激励约束政策鼓励	0.275	-0.107	0.173
社会宣传助力绿色消费	0.448	-0.266	0.156
绿色消费氛围浓厚	0.059	-0.032	0.386
环境问题日益严重	0.475	-0.075	-0.083
认为绿色产品更健康安全	-0.304	0.595	0.096
环保节约的习惯	-0.139	0.402	0.192
个人有绿色消费理念	0.340	0.284	-0.343
切身感受到绿色消费的好处	0.170	0.381	-0.247

政府应该充分发挥领导作用,充分发挥地方媒体在低碳方面认识推广、宣传和舆情监测方面的独特功能<sup>[4]</sup>。

2. 开展绿色教育,营造绿色氛围。各高校应充分营造绿色消费氛围,开设相关讲座活动及相关公共课程,引导大学生树立正确的消费观,鼓励大学生健康消费。

3. 企业技术升级,提高产品水平。鼓励支持企业要加大绿色产品研发、设计和制造投入,增加绿色产品和服务有效供给<sup>[5]</sup>。立足于绿色发展的企业理念,落实绿色发展的营销战略。

4. 践行绿色消费,促进低碳发展。大学生应积极学习绿色消费知识,提升绿色消费意识,自觉绿色消费。同时,应在生活中为宣传绿色知识做力所能及的努力,扩大绿色理念的传播范围,使绿色消费深入人心<sup>[6]</sup>。

参考文献:

[1] 高文. 大学生绿色消费认知影响因素研究 [J]. 营销界, 2023(13):26-28.  
 [2] 仰亮亮,程彩凤. 大学生低碳消费行为影响因素研究 [J]. 市场周刊, 2021,34(06):106-108.  
 [3] 刘照德,詹秋泉,田国梁. 因子分析综合评价研究综述 [J]. 统计与决策, 2019,35(19):68-73.  
 [4] 张家丹. 重视生态化思政教育 促进学校高质量发展 [J]. 成才之路, 2022(03):34-36.  
 [5] 贺露影,王雪娇,苏政,等. “碳中和”背景下消费者绿色消费行为影响因素研究 [J]. 现代商业, 2023(20):15-18.  
 [6] 余超男,杨金凤. 杭州大学生绿色消费行为的影响因素研究 [J]. 现代营销(下旬刊), 2019(11):148-149.