

東海大學餐旅管理學系碩士論文

健康早餐飲食涉入對與健康早餐飲食  
態度與意願影響之研究

**A Study of the Influence of Healthy Breakfast  
Involvement on Health Breakfast Attitude and  
Intention**



研究生 林庭萱

指導老師 李貴宜 博士

中華民國 106 年 6 月

# 東海大學碩士學位論文

## 口試委員會審定書

東海大學餐旅管理系 研究所林庭萱 君所提之論文

健康早餐飲食涉入對健康早餐飲食態度與意願影響之研究

係本委員會審議，認為符合碩士資格標準。

論文口試委員會

召集人 嚴雯璽 (簽名)

委員 李登

陳錫中

所長 李登

中華民國 106 年 05 月 26 日

## 誌謝

經過了兩年的努力，終於到了畢業的時候，感謝李貴宜老師這兩年來的指導，給我諸多的建議，讓我在學習的路上受益良多；也感謝陳錚中教授、嚴雯聖教授兩位口試委員，對我的論文給予許多建議，讓我的文章更有內涵。

我在這邊也要感謝陪伴在我身邊的朋友，讓我在求學的時間中有伙伴可以相互惕勵；也感謝家人對我無條件的支持，讓我能無後顧之憂的學習，僅在此將深摯的感謝祝福大家。

林庭萱 上

# 健康早餐飲食涉入對與健康早餐飲食態度與意願影響之研究

## 摘要

現代人生活步調加快，在飲食上需要有更多健康的方案及控管，過去研究中已指出健康的飲食涉入有益身心狀態，對現代人有良好的幫助。然而，過去在健康早餐上的研究仍較少有人探討，對於人們對健康早餐飲食的態度也尚缺研究發現，因此本研究透過從人們對健康早餐的價值、態度、意願及行為層面進行探討，以了解這些變數之間的關係。本研究在研究方法部分採用問卷調查法，從過去文獻中蒐集相關量表進行修改後，再請專家進行調整，最後產出本研究之研究問卷。樣本收取方式採用網路問卷進行發放，研究對象為年滿 18 歲以上的成人，樣本數為 298 人。

本研究統計方式將採用信度分析進行問卷之評估，以描述性統計、相關分析及多元迴歸分析進行後續的理論架構分析，根據迴歸係數判斷變數間是否達到顯著的關聯。根據研究結果顯示，健康早餐飲食涉入會顯著影響健康早餐飲食態度，而飲食態度會顯著影響飲食意願，意即涉入越多的受試者其對健康早餐的態度也越正向，食用健康早餐的意願也越高。

本研究認為未來餐飲業者若要提升顧客健康早餐的飲食意願，可以從平時的涉入及態度開始建立起，一旦顧客對健康早餐的態度越正向，未來越有可能成為固定的主顧。

關鍵字：健康早餐飲食，健康早餐飲食涉入，健康早餐飲食態度

# **A Study of the Influence of Healthy Breakfast Involvement on Health Breakfast Attitude and Intention**

## **Abstract**

Due to the speed up of the modern life, it's necessary for people to have more healthy programs and control on eating. Past studies have pointed out that healthy eating is helpful and benefit on physical and psychological state. However, previous studies of healthy breakfast were still not enough, the research of people's attitude to the healthy breakfast eating is still insufficient. Thus, this study aims to investigate the relationship between people's healthy breakfast value, attitude, willingness and intention. The questionnaire used in this study was modified by the relevant scale based on literature review, and adjusted and finalized by experts' opinion. The samples were collected by Google network questionnaire, and the participants were over 18 years old. The number of samples was 298.

Statistical analysis such as descriptive statistics, correlation analysis and multiple regression analysis was used to evaluate the data, to determine whether the correlations between two variables were significant. According to the results of the study, healthy breakfast eating significantly affected the healthy eating attitude, and eating attitude significantly affected the eating willingness. It indicated that the more participants involved in the healthy breakfast, the more positive attitude they hold, and the higher willingness they choose to eat healthy breakfast.

This study suggests the direction for catering industry to enhance the health of the breakfast eating willingness of the guests in the future. It will be able to start from the usual involvement and attitude establishment. Once the customers' attitude towards healthy breakfast become positive, they may have more chances to become regular customers.

**Keyword :** healthy breakfast eating , healthy breakfast eating involvement , attitude to the healthy breakfast eating

# 目錄

誌謝.....	i
摘要.....	ii
Abstract.....	iii
目錄.....	iv
表目錄.....	v
圖目錄.....	vi
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第三節 研究流程.....	4
第二章 文獻探討.....	5
第一節 健康早餐飲食概況及趨勢.....	5
第二節 健康早餐飲食涉入.....	12
第三節 健康早餐飲食態度.....	15
第四節 健康早餐飲食意願.....	18
第五節 健康早餐飲食涉入、健康早餐飲食態度與健康早餐意願之相關研究.....	20
第三章 研究方法.....	24
第一節 研究對象與抽樣方法.....	24
第二節 研究問卷設計.....	24
第三節 研究分析方法.....	27
第四節 預試問卷分析結果.....	28
第四章 研究結果.....	31
第一節 受試者背景分析.....	31
第二節 敘述性統計分析.....	33
第三節 不同背景變項於各變數之差異性檢定.....	36
第四節 皮爾遜積差相關分析.....	41
第五節 健康早餐飲食涉入與健康早餐飲食態度與意願之迴歸分析.....	42
第五章 結論與建議.....	48
第一節 結論.....	48
第二節 研究建議.....	51
第三節 研究限制與未來研究建議.....	52
參考文獻.....	53
中文文獻.....	53
英文文獻.....	58
附錄一 研究問卷.....	61
附錄二 Google 表單.....	63

# 表目錄

表 2-1 早餐型態.....	11
表 2-2 涉入定義.....	14
表 2-3 態度定義.....	16
表 2-4 早餐飲食涉入與健康早餐飲食意願之相關研究.....	21
表 2-5 健康飲食態度與健康飲食意願之相關研究.....	23
表 3-1 飲食涉入問卷題目.....	25
表 3-2 健康早餐之味道態度問卷題目.....	26
表 3-3 健康早餐之健康態度問卷題目.....	26
表 3-4 健康早餐意願問卷題目.....	27
表 3-4 健康早餐飲食涉入信度分析.....	28
表 3-5 健康早餐飲食態度與意願信度分析.....	29
表 4-1 受試者背景資料分布.....	31
表 4-2 健康早餐飲食涉入之描述性統計.....	33
表 4-3 健康早餐飲食之健康態度之描述性統計.....	34
表 4-4 健康早餐飲食味道態度之描述性統計.....	34
表 4-5 健康早餐飲食意願之描述性統計.....	35
表 4-6 不同性別於各量表之差異性檢定.....	36
表 4-7 平均每周吃幾次早餐狀況於各量表之差異性檢定.....	37
表 4-8 不同婚姻狀況於各量表之差異性檢定.....	38
表 4-9 不同職業於各量表之差異性檢定.....	39
表 4-10 各量表之相關分析.....	41
表 4-11 健康早餐飲食涉入預測健康早餐之味道態度之迴歸分析.....	42
表 4-12 健康早餐飲食涉入預測健康早餐之健康態度之迴歸分析.....	43
表 4-13 健康早餐飲食涉入、健康早餐之味道態度與健康早餐之健康態度預測健康早餐意願.....	44
表 4-14 研究模型之標準化路徑係數統整表.....	45
表 4-15 研究模型之模型適配度.....	46

# 圖目錄

圖 1-1 研究架構.....	3
圖 1-2 研究流程.....	4
圖 4-1 迴歸係數圖.....	44
圖 4-2 結構方程路徑圖.....	47

# 第一章 緒論

本章節共分三節，第一節為研究背景與動機，第二節為研究目的，第三節為研究流程。

## 第一節 研究背景與動機

隨著時代的變更與工作上的壓力，約有 50% 的上班族都沒有養成吃早餐的習慣，但是，根據目前醫學上的研究已經指出早餐對於身體健康與精神之重要性，例如沒有吃早餐容易在早上 10 點至 11 點時出現血糖下降之現象，可能無法有效完成工作，身體與情緒會處於比較低落的狀態，甚至會有昏昏欲睡、無精打采之狀況（蔡珮涵，2012）。然而，若有吃早餐之習慣者，其中更有大部分皆為外食族，其飲食攝取通常包含過多油脂與熱量，儘管有吃早餐，也會因為選擇的早餐內容物不健康或不均衡，而影響到其身體與工作之情況。例如可能會比較容易因攝取過多油脂而造成肥胖，身體也容易感覺到疲累，同時也有可能提高罹患心臟病、糖尿病之風險（羅心余、賴冠菁、何倩瑩、黃詩瑩，2012）。因此，吃早餐並非只有吃，也需要注重其早餐飲食的飲食健康均衡程度（蔡珮涵，2012）。

另外，由於近幾年來，我國不斷爆發出各種食安風波，讓許多消費者開始願意重視其飲食的安全性，以及飲食對於身體所帶來的影響。對於低油、低糖、低鹽之食物擁有更多的接納程度（黃怡鈴、吳鈴玉、鄭婷元、何欣璟、曾錦謙、蕭仲廷，2013）。同時，健康早餐之議題也逐漸抬頭，消費者也開始自覺到儘管生活步調快，要展開全新健康的一天絕不能夠吃得隨便。因此，目前有許多早餐店相繼推出健康早餐飲食的方案，如便利商店推出飯糰搭配低脂牛奶的特價優惠（可參考 7-11 官網：<http://www.7-11.com.tw/711/breakfast/RWD/index.html>）。如此一來，一方面可以推廣與行銷健康早餐飲食之概念，另一方面也滿足與照顧到消費者的身體健康。

綜合上述所言，可以發現到健康早餐對於人體身體健康狀況有極大的影響，

及早培養吃健康早餐的習慣對於人的身體、工作與生活可以為身體與工作帶來許多益處，例如增進身體健康，減少疲累感。早餐外食市場龐大，根據數據顯示 2015 年起早餐市場至少有 2000 億新台幣以上的規模（品牌志編輯部，2015）。儘管目前市場龐大，但目前外食早餐並非都是健康的，現代人也因食安風波開始重視其飲食習慣與內容物，因此，本研究將探討健康早餐飲食涉入對於健康早餐飲食態度與意願的影響。

## 第二節 研究目的

綜合以上研究背景與動機，瞭解到一天的精神活力來源就從早餐開始，但是不只是一要吃早餐而已，更需要的是吃一頓營養健康的早餐，才能夠真正地發揮早餐的意義。然而，因現代人生活忙碌，再加上外食早餐的便利性，造成許多早餐外食族的早餐並不夠營養健康。

所以為了瞭解主要影響消費者在選擇飲食行為之預測因子，本研究另外整理出國內外相關飲食態度、飲食意願、以及飲食涉入之文獻作為依據，大部分的研究結果皆顯示出飲食態度會影響到消費者的飲食意願，當飲食涉入越高時，消費者採取飲食意願的程度也會越高。但目前尚未有研究進一步探究早餐的飲食涉入、飲食態度以及飲食意願，因此本研究研擬出以下之研究架構，以探討受試者對於健康早餐涉入、對健康早餐之味道態度、對健康早餐之健康態度以及健康早餐意願間的關係，相關研究架構如圖 1-1 所示。

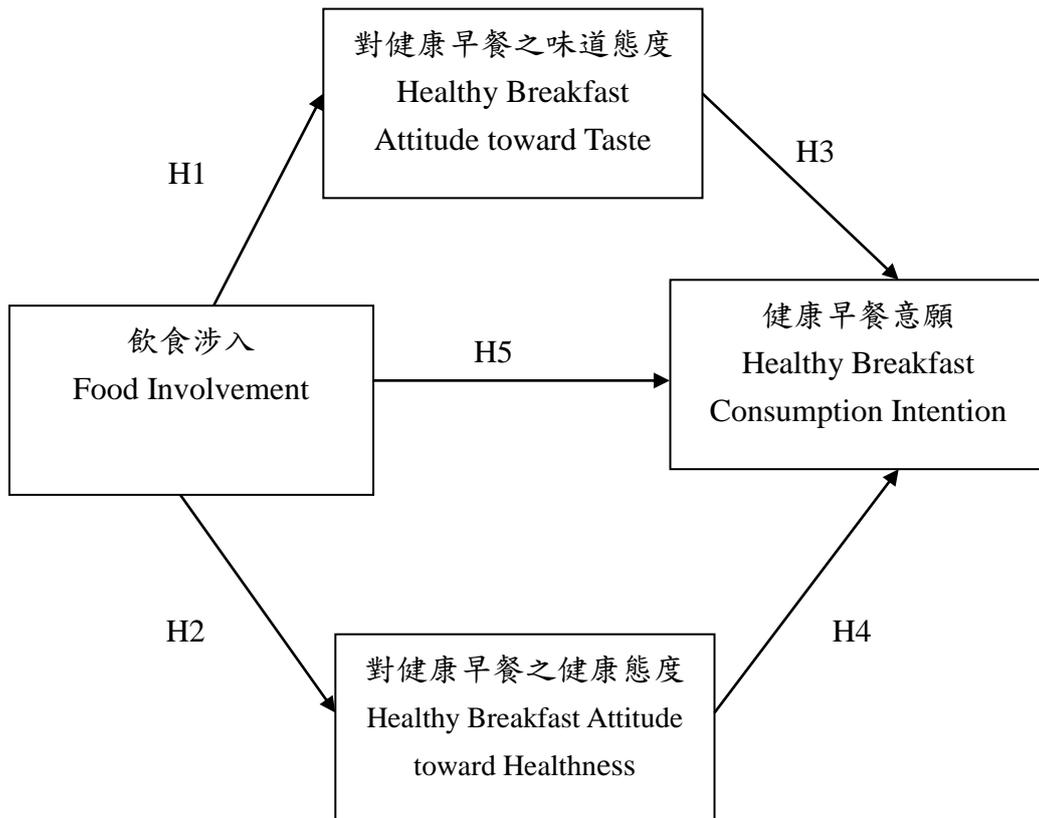


圖 1-1 研究架構

本研究之研究假設分述如下：

- H1：健康早餐飲食涉入對健康早餐之味道態度有顯著的影響。
- H2：健康早餐飲食涉入對健康早餐之健康態度有顯著的影響。
- H3：健康早餐之味道態度對健康早餐意願有顯著的影響。
- H4：健康早餐之健康態度對健康早餐意願有顯著的影響。
- H5：健康早餐飲食涉入對健康早餐意願有顯著的影響。

### 第三節 研究流程

本研究研究流程如下圖 1-2 所示，首先研究者先廣泛蒐集相關文獻資料，以確認研究方向及題目，接著整理相關的文獻資料與內容，並直接規劃出研究的架構與假設，作為後續研究工具的建立及問卷發放的依據。

在回收問卷後，則需進行資料篩選及處理，並將統計分析結果與過去的文獻進行比較，另外，探討與推論本研究統計結果之背後原因，最終方能撰寫出本研究之結論與建議，以供給學術界以及早餐業界一些相關的數據資料，作為貢獻。

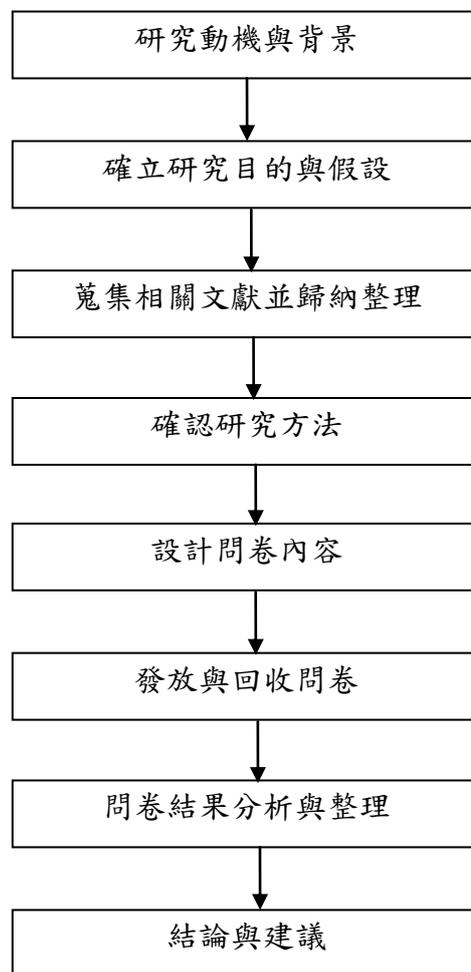


圖 1-2 研究流程

資料來源：本研究整理

## 第二章 文獻探討

本章節共分五節，第一節為健康早餐飲食概況與趨勢，第二節為健康早餐飲食涉入，第三節為健康早餐飲食態度，第四節為健康早餐飲食意願，第五節為健康早餐飲食涉入、健康早餐飲食態度與健康早餐意願之相關研究。

### 第一節 健康早餐飲食概況及趨勢

#### 壹、早餐之重要性

一日之計在於晨，而早晨所補充之能量來源稱作為早餐，其英文為 breakfast，意思指的是「解除一夜禁食」，透過早餐揭開一整天工作之序幕（鄭慧娟，2012）。過去學者亦指出早餐為人們每天最重要精力與活力來源的一餐（李雅庭、苗迺芳、蕭仔伶，2015；黃怡鈴等，2013）。其中根據蔡珮涵（2012）指出人類經過一夜的休息，身體器官會處於血糖較低的狀態，早上起來如果不習慣吃早餐血糖會呈現偏低的狀態，情緒較容易受到影響，導致工作的效率和專心度受到波動，而且饑餓感會更加明顯。

另外，現代的消費者對於食品的安全和養生越來越重視，開始會追求低油、低糖、低鹽、多蔬果，講求有機等天然食品（黃怡鈴等，2013）。也有許多研究說明吃早餐對於身體健康和生活功能之間的影響。在林錦華（2007）的研究顯示不吃早餐會影響到身體的健康與學習成效之狀況。李雅庭等（2015）也表示保持規律吃飽餐之習慣對於身體健康有許多幫助，對於成人而言，可以預防其慢性疾病與心血管疾病，對於學童而言，可幫助其在學習的精神狀態與專注力之表現都具有相當的重要性。

然而，因應現代人忙碌生活之型態，外食族的比例逐年增長。此也衝擊到目前的早餐飲食環境與型態，可以發現到人們為了追求便利與快速，通常會選擇購買外食當作早餐，並帶入到學校或工作場域中食用，此一現象已漸漸形成社會之常態（李韋毅，2013）。蔡珮涵（2012）也提及到我國早餐外食普及化的程度偏

高，家庭早餐外食比例也較高，在 2012 年的早餐外食獲益已達到兩千億元，為五年前外食早餐獲益的兩倍，亦即現代人為了方便，早餐外食現象漸增。然而，人們雖已意識到吃早餐對於其身體健康與工作之重要性，但卻很可能因為忙碌、時間或壓力等而忽略了早餐需要吃的健康才能真正地達到效果（丁巧倫、陳澄仔、徐于婷、許家嘉、張巧吟，2015）。

透過上述文獻可知早餐為人們生活飲食當中最為重要的一餐，若飲食狀況不佳，則會對於一整天的身體與工作造成不好的影響。根據國外網站 Natural Products Insider (<http://www.naturalproductsinsider.com/>) 的報告指出，早餐消費在美國的趨勢自金融海嘯後有大幅度的增加，2007-2012 年增加了 120 億美元的消費金額，2012-2017 年估計可以有 157 億美元的消費金額 (<https://goo.gl/npmWiu>)。

台灣目前也已搭上早餐飲食的潮流，有許多的早餐連鎖店已如雨後春筍般的開幕，如弘爺漢堡早餐店在 1989 年開設，目前至少有 670 家的分店；7-11 及全家便利商店也持續在推出早餐組合特惠。然而，人們除了要吃早餐以外，還需要有健康均衡之飲食，因此也有許多早餐店以健康飲食作為主打，例如台中「耶濃」（網站 <http://www.yanoon.com.tw/>）以及「豆果」（<https://www.facebook.com/beango777/>）等早餐店，「耶濃」與「豆果」兩家店為因應近年來的食安問題，認為需要為台灣的飲食環境進行改造，所以這兩家店皆強調以純天然食材製作豆漿，並希望與小農合作打造無毒的飲食環境，為台灣的飲食健康打造另一片新天地。

## 貳、健康飲食方式

### 一、台灣國民飲食指標

隨著我國國民生活與飲食習慣改變，偏向靜態與熱量消耗低脂活動，但卻又偏愛高熱量高油脂之飲食，此型態會提升我國國民的肥胖與代謝相關疾病之盛行率，因此，衛生福利部國民健康署提出「台灣國民飲食指標」，給

予我國國民當作飲食選擇之參考。

根據衛生福利部國民健康署針對我國國民的飲食健康相關指標制定之手冊內容如下（吳秀英，2012）：

（一）、飲食指南作依據，均衡飲食六類。

建議我國國民飲食應依「每日飲食指南」之食物分類與建議份量，選擇適當搭配之飲食。另外需特別注意是否有吃到足夠的蔬菜、水果、全穀根莖、低脂乳品、豆魚肉蛋、油脂與堅果種子類。

（二）、健康體重要確保，熱量攝取應控管。

我國國民須先了解自己的健康體重和熱量需求，再來進行適量飲食，避免熱量攝取多過於熱量消耗，以維持其正常體重。

（三）、全穀根莖當主食，營養升級質更優。

現今許多食物都經過精緻化之過程，此過程可能會去除掉許多些有利於人體之營養成分，所以建議我國國民三餐可以全穀為主食，或至少應有 1/3 為全穀類，如糙米、全麥、全蕎麥或雜糧等。

（四）、太鹹不吃少醃漬，低脂少炸少沾醬

飲食口味過鹹或者是過度使用醬料，鈉含量攝取可能會過量，所以，建議我國國民在飲食方面的口味盡量清淡、不吃太鹹、少吃醃漬品、油炸品及沾醬酌量。

（五）、含糖飲料應避免，多喝開水更健康。

白開水為人體健康和水分之主要來源，建議我國國民養成喝白開水習慣，選擇不外添加糖之飲料，同時，也可避免獲取過多的糖分，造成身體的負擔。

（六）、少葷多素少精緻，新鮮粗食少加工。

建議我國國民可多選擇植物性食物，其不僅對於人體的健康有利，還可以達到環保減碳之效用，因此，可多素少葷，並且選擇新鮮少加工，

以及多粗食少精製之食物。

(七)、購食點餐不過量，份量適中不浪費。

目前有許多餐廳為了達到讓消費者多消費之目的，常使用促銷之手法，讓消費者多增加預計購買的食物或點餐，所以，在購買食物或餐點時，需要多加留意食物份量，避免吃太多造成身體負擔，或浪費食物資源等。

(八)、當季在地好食材，多樣選食保健康。

建議我國國民在選擇食材時，可多加選擇當季食材，其不僅當季食才會比較新鮮之外，更能夠減少長途運輸之能源消耗量。另外，在飲食攝取方面宜多樣化均衡飲食保健康。

(九)、來源標示要注意，衛生安全才能吃。

建議消費者在選購食品時，應注意食品標示及有效日期。另外於食物製備時，也需多加注意清潔衛生、儲存環境及烹調方式，達到食品安全之目的。

## 二、美國 2015-2020 飲食指南 (America Health Government, 2015)

另外，美國的衛生與公眾服務部也在近期重新提出「美國 2015-2020 飲食指南」，其強調少鹽、少糖、少反式脂肪之攝取飲食，以預防相關疾病，促使其國民生活飲食健康化。

(一)、健康飲食可有效幫助預防慢性疾病，例如肥胖、心臟疾病以及高血壓。

(二)、個體的健康飲食，其所攝取的糖份熱量不可超過每日總熱量的 10%。

(三)、個體的健康飲食，其所攝取的飽和脂肪不可超過每日總熱量的 10%。在飲食方面應減少奶油與速食食物等飽和脂肪含量較高之食物，並且建議應攝取高含量不飽和脂肪之食物，如堅果類。

(四)、個體的健康飲食，應限制 14 歲以上者每天的鈉攝取量不超過 2300 毫克，而小於 14 歲的兒童則應攝取更少的鈉。

(五)、減少精緻加工食品，多吃蔬菜、水果及全穀類，可增加營養素及膳食纖維的攝取。另外，也建議多吃飽和脂肪含量較低的魚類及豆類作為蛋白質食物的主要來源，減少脂肪與熱量的攝取。

(六)、不再設定個體每日膽固醇的攝取含量，但是，因高膽固醇之食物其也含有比較多的飽和脂肪，所以還是建議盡量少攝取高膽固醇之食物。

(七)、健康飲食可每日適量地喝咖啡，但是不建議添加糖和奶精，避免攝入過多的糖分與熱量。

(八)、除了健康飲食之外，還需要建立規律的運動生活習慣，根據美國發布的身體活動指南說明，一般成人每週應至少進行 150 分鐘的中等強度運動，與兩天以上的肌肉力量強化活動。另外，6 歲到 17 歲者則是建議每天應該至少進行 60 分鐘的身體活動。

(九)、健康的飲食與規律的運動生活型態，需要藉由人們彼此間的支持與鼓勵之力量來實踐，如建議可以在工作場所的休息時間作一些肢體活動來增加運動時間。

### 三、健康早餐飲食文獻

過去研究指出，高低健康早餐涉入程度會直接影響到人們選擇早餐的類型，謝曉雲（2001）提出許多現代人認為健康早餐的飲食可以選擇牛奶，但因牛奶的熱量與脂肪含量偏高，所以建議可以改選擇低脂牛奶或脫脂牛奶，降低攝取的脂肪含量，也提出由於現在人普遍的蔬菜攝取量不足，建議也可以在早餐飲食中增加蔬菜類，如便利商店的生菜沙拉，以達到均衡飲食。

謝曉雲（2011）亦分享一般早餐的危險與健康兩種組合，危險早餐組合包含熱狗堡配上含糖飲料、鐵板麵加奶茶、起酥麵包配調味乳與燒餅油條配米漿等這

些會被認為是危險早餐組合的原因為油脂與糖分含量較高，無法真正地提供人們需要的營養成分。而健康早餐組合則是可以選擇三角御飯糰加低脂牛奶、吐司夾蛋、全麥麵包三明治配低脂牛奶、饅頭夾蛋加少糖豆漿等，此搭配可被稱之為健康早餐組合的原因為，有充足的澱粉類與蛋白質可提供給人們體力與精神上的支持。

洪毓琪(2016)認為早餐蘊藏著四大飲食危機，分別為「高熱量」、「高糖分」、「高脂肪」與「高鹽分」，而早餐飲食又為一天活力的來源，所以需特別注意早餐飲食的內容，其提出比較可以避免掉此四大危機的早餐包含飯糰、三明治、饅頭、燒餅與蘿蔔糕，飲品則是可以多加選擇牛奶和豆漿。希望透過健康早餐飲食讓人們的一天都有美好的開始。

由上可知，健康早餐中的項目建議可包含蔬菜、水果、低脂牛奶、少糖豆漿、全麥麵包等低卡、低糖、低鹽的食物，以避免高熱量、高脂肪、高鹽分等食物，這些食物不但熱量過高，長期食用可能還會造成其他慢性疾病，例如高血壓、糖尿病。此外，本研究將健康早餐定義為營養均衡且適量的攝取早餐。

另外，根據李韋毅(2013)與蔡珮涵(2012)所提出的我國國民早餐型態，本研究將其內容對比空腹熊貓(2016)的資訊，整理出目前早餐的各種型態如下表 2-1 所示。透過表 2-1 可以了解到各種早餐飲食的類型、選擇、種類、經營方式以及早餐飲食之內容物，台灣目前的早餐店大致可分為傳統中式早餐店(燒餅油條、豆漿)、台式早餐店(炒麵、飯)、西式早餐店(漢堡、三明治)、西式速食店(麥當勞、肯德基)、便利超商(7-11、全家)以及收費較高的早午餐(Brunch)，其中除了台式早餐店因主要提供高油高熱量之食物，較難符合健康早餐飲食的定義之外，其他早餐店的飲食內容皆可搭配成為健康早餐飲食型態。傳統中式早餐店可以選擇豆漿與蛋餅，西式早餐店可以選擇小杯柳橙汁或牛奶、三明治，西式速食店可以選擇元氣牛肉蛋堡，便利超商可以選擇生菜沙拉、御飯糰，早午餐則可以選擇全麥三明治、玉米蔬菜厚押餅。這些所謂的健康早餐搭配主要是透過足

夠的澱粉與蛋白質可用來支撐上午活動的能量，而蔬菜類則是用以補充足夠的膳食纖維。

表 2-1 早餐型態

	傳統中式 早餐店	台式早餐 店	西式早餐 店	西式速食 店	便利超商	早午餐
商品 種類	饅頭 包子 燒餅 油條 豆漿	炒麵 豬血湯 肉圓 蚵仔麵線	三明治 漢堡 蛋餅 紅茶	漢堡 餅茶 薯奶 咖啡	麵包 御飯糰 壽司 熱狗 關東煮	美式早 餐、歐 陸式 早餐
裝潢 氣氛	簡單 餐點 種類 多	不講究衛 生、大 多為 路邊攤	舒服明 亮	快速 講究 衛生	舒適明 亮	舒適、乾 淨、氣 氛佳
經營 模式	自家創 店	自家創 店	加盟店 自家創 店	加盟店 直營店	加盟店	自家創 店
商店 型態	永和豆 漿中 式商 店	中式商 店	加盟店 麥味登 早安美 城弘爺 美而美	麥當勞 肯德基 摩斯漢 堡	7-11 全家 萊爾富	獨立式 非連鎖 商店
促銷 方式	餐點搭 配組 合促 銷	加量不 加價	餐點搭 配組 合促 銷	餐點搭 配組 合促 銷	39元 49元 奇數 價格 促銷 方案	促銷方 式
平均 消費	40元- 70元	30元- 70元	50元- 90元	75元- 129元	39元- 49元	120元 -150元
是否 提供 健康 早餐	是	否，油 脂過 多， 非健 康早 餐類 型。	是	是	是	是
健康 早餐 方案	豆漿、 蛋餅		小杯柳 橙汁或 牛奶、 三 明 治	元氣牛 肉蛋 堡	生菜沙 拉、御 飯糰	全麥三 明治、 玉米 蔬菜 厚 押 餅

資料來源：<https://www.foodpanda.com.tw/>

## 第二節 健康早餐飲食涉入

### 壹、涉入 (involvement) 定義

Traylor (1981) 認為涉入的定義為產品對於消費者所產生出來的意義、價值或重要程度。Zaichkowsky (1985) 將涉入定義為基於個人需求、價值觀與興趣因而對某件事物感到攸關的程度。Kristof, Odekerken-Schroder and Lacobucci

(2001) 則是認為消費者會根據其自身的需求與興趣，對不同產品有不同的涉入程度。方世榮 (2002) 透過管理學方面之領域說明涉入的概念可以包含消費者行為的產品涉入、新產品開發中供應商涉入程度等，涉入的意思為消費者的主動參與程度、重視程度、投入程度等，涉入的類別與程度皆會影響了消費者在選擇購買產品之行為意願。潘家鑫與高雅勤 (2010) 則將涉入視為態度改變說服傳播過程中的重要因子。

林隆儀與秦嘉志 (2006) 則是將涉入分類為三種，分別為廣告涉入、產品涉入以及購買決策涉入。廣告涉入的意涵為消費者對於廣告訊息的關心程度以及接觸廣告時的心理狀態；產品涉入的意涵為消費者對於產品的重視之程度；購買決策涉入的意涵為消費者在面臨到購買選擇之情境時，對於產品的關注程度。其研究結果也指出消費者的價值觀對於涉入有顯著正向之影響力。

鮑慧門 (2013) 的研究中則是將涉入分為行為性涉入 (behavioral involvement)、認知性涉入 (cognitive involvement)、情感性涉入 (affective involvement) 以及社會心理涉入 (social psychological involvement)。行為性涉入的定義為消費者願意參與活動的次數與頻率；認知性涉入的定義為消費者對於活動所知覺到的知識性程度；情感性涉入的定義為消費者對於活動所抱持的情感性程度；社會心理涉入的定義為消費者認為活動的重要性與價值性之程度。

透過上述所言，消費者的涉入程度可能會影響到購買過程中的選擇行為偏好，因此，探討消費者的涉入程度在消費者行為中佔有相當重要之地位。

### 貳、飲食涉入程度相關研究

Engel, Blackwell and Miniard (2001) 提出產品涉入為個人知覺與自我的生活、態度、價值觀、當下情境有所關聯。消費者對於飲食的涉入程度會影響到其對於食品的感官刺激程度，當對於食品涉入程度越高時，則表示其在選擇食品時，會優先選擇比較健康的食品，反之，當消費者的飲食涉入低時，其在選擇食品時，則比較不會優先選擇相對健康之食品（黃薪蓓、林豐瑞，2014；Bell & Marshall, 2003）。徐慈贏（2012）則是統整過去相關涉入之文獻，其將飲食涉入定義為個人飲食參與程度，或者是個人認為飲食對自身的重要程度。

吳淑鶯與黃淑鈴（2009）探討消費者對於連鎖咖啡廳的涉入程度與其購買咖啡之間的關係，其將研究者的涉入程度分為高中低，並發現到低涉入之族群通常需相隔半年或更長的時間才會到連鎖咖啡廳消費，但是在中、高涉入之族群，則平均一個月會到連鎖咖啡廳消費，此可證實涉入程度越高者，越容易有購買或飲食之行為。

章凱淇（2009）調查消費者對有機食品涉入程度、知覺價值及其購買意願之間的關係，其發現到有機食品消費者的涉入程度對於其購買有機食品的意願有顯著正向相關，以及有機食品消費者的涉入程度對於知覺價值有顯著正向的影響。

透過上述，本研究認為徐慈贏（2012）之研究較符合本研究探討之主題與目的，所以主要參考其對於飲食涉入之定義，並將飲食涉入定義為消費者對於食品的涉入程度會影響到其在選擇食品之意願。表 2-2 為本研究整理涉入相關文獻之定義統整。

表 2-2 涉入定義

作者	涉入的定義
Traylor (1981)	為產品對於消費者所產生出來的意義、價值或重要程度
Zaichkowsky (1985)	基於個人需求、價值觀與興趣因而對某件事物感到的攸關程度。
Engel, Blackwell and Miniard (2001)	產品涉入為個人知覺與自我的生活、態度、價值觀、當下情境有所關聯。
Kristof, Odekerken Schroder and Lacobucci (2001)	消費者會根據其自身的需求與興趣，對不同產品有不同的涉入程度。
方世榮(2002)	涉入的概念可以包含消費者行為的產品涉入、新產品開發中供應商涉入程度等，其意思為消費者的主動參與程度、重視程度、投入程度等，涉入的類別與程度皆會影響了消費者在選擇購買產品之行為意願。
林隆儀與秦嘉志 (2006)	涉入分類為廣告涉入、產品涉入以及購買決策涉入。
潘家鑫與高雅勤 (2010)	為態度改變說服傳播過程中的重要因子。
徐慈贏(2012)	個人飲食參與程度，或者是個人認為飲食對自身的重要程度。
鮑慧門(2013)	將涉入分為行為性涉入、認知性涉入、情感性涉入以及社會心理涉入。

資料來源：本研究整理

### 第三節 健康早餐飲食態度

#### 壹、態度定義

Fishbein and Ajzen (1975) 態度定義為個體對於某一事物或情境之持久的信念，而個體會依照其偏好作出反應行為。Schiffman and Kanuk (2004) 則是認為態度涵蓋了價值表達之功能，亦即態度為個體表達或反映其價值觀、生活型態、觀點以及看法等。曾光華(2013)認為態度的定義為個體對於人事物的整體評估，評估的過程中可能會因為個體自身的情感、知覺與經驗組織過程中所影響。李啟誠、高瑞新與蔡玉娟(2016)根據過去相關態度之文獻整理出三項其對於態度之定義和看法，分別為 1、態度為個體對於環境所形成的認知心理狀態；2、態度代表著個體對於人事物的喜愛或不喜愛之狀態；3、態度會影響到消費者的購買意願。

一般而言，態度的主要結構包含了三個成分，分別為認知成分 (cognitive component)、情感成分 (affective component) 以及行為成分 (behavior component) (黃安邦, 1992; 蕭靜雅、傅安弘、蕭雅美, 2010)。另外，在林建煌 (2007) 則是提出態度的五個主要特性，分別為 1、態度具有特定對象；2、態度為經由學習所獲得到的；3、態度與行為具有一致性；4、信念、態度與行為之間具有一定的關聯性；5、態度為發生在情境之中。

根據上述，發現態度為個體依照其認知、經驗和信念所作出決策之行為反應，因此，若要探究個體之行為反應，可透過態度作為預測之重要因子(林南宏、蔡明真、王蘭薰, 2016)。表 2-3 為本研究整理過去態度相關之定義，依年代做排序。

表 2-3 態度定義

作者	態度的定義
Fishbein and Ajzen (1975)	個體對於某一事物或情境之持久的信念，個體會依照其偏好作出反應行為
黃安邦(1992)	結構包含認知成分、情感成分以及行為成分。
Schiffman and Kanuk (2004)	態度涵蓋了價值表達之功能，亦即態度為個體表達或反映其價值觀、生活型態、觀點以及看法等。
林建煌(2007)	1、態度具有特定對象；2、態度為經由學習所獲得到的；3、態度與行為具有一致性；4、信念、態度與行為之間具有一定的關聯性；5、態度為發生在情境之中。
曾光華(2013)	個體對於人事物的整體評估，評估的過程中可能會因為個體自身的情感、知覺與經驗組織過程中所影響。
李啟誠、高瑞新與蔡玉娟(2016)	1、態度為個體對於環境所形成的認知心理狀態；2、態度代表著個體對於人事物的喜愛或不喜愛之狀態；3、態度會影響到消費者的購買意願。

資料來源：本研究整理

## 貳、飲食態度相關研究

因態度會影響到個體選擇的偏好，亦即消費者對於飲食的態度也會影響到其選擇食物之行為。所以可以藉由飲食態度來瞭解飲食行為的選擇（徐慈贏，2012）。Raudenbusch, Van Der Klaauwm and Frank（1995）則是強調消費者在選擇食品的過程中，除了對於食品的偏好之外，也會受到其心理和感官之因素所影響。而目前台灣地區大學生對於健康飲食態度的認識表現仍需加強（傅安弘、簡嘉靜，2009）。因此，為改變台灣地區國民之健康飲食行為，必須先從健康飲食態度與知識這方面開始進行改革。

另外，在洪鈺婷（2008）探討老人飲食營養知識、態度、行為與營養素攝取

之間的關係，研究分析結果提到老人營養素攝取不足之情況與飲食營養知識、三餐規律性呈現顯著負相關，但與飲食禁忌行為呈顯顯著正相關，亦即當老人的飲食營養態度越高，其營養攝取不足之狀態即會減少。此也說明健康飲食態度不僅可改善一般成人或學童的健康飲食之習慣，也能夠幫助到老人家的營養攝取之狀況。

目前最常使用的飲食態度量表之一，為陳玉欣(1999)所翻譯 Garner, Olmsted and Garfinkel (1982) 編製的飲食態度量表 (eating attitude test-26, EAT-26)，其主要在於測量個體對於飲食行為的態度，量表分數越高則表示其個體的飲食偏差傾向越為嚴重，同時，也是為國內外主要測量飲食異常盛行率之評估量表之一(陳宇平、陳信昭、蔡政潔，2008)。周嘉琪、胡凱揚與張鼎乾(2011)也就由此量表進行調查，其研究結果發現舞蹈系學生的身體活動自我呈現自信心可以顯著地預測到其飲食態度與減重意圖。但因本研究旨在探討消費者對健康早餐之健康態度以及健康早餐飲食味道的態度，因此主要採用 Jun, Kang and Arendt (2014) 所編製的健康早餐飲食之健康態度問卷進行調查。

綜合上述所言，個體對於飲食之態度可以影響到其飲食之行為，因此，可採用飲食態度作為預測飲食行為之重要因素，因此建立出本研究假設三及假設四，H3：健康早餐之味道態度對健康早餐意願有顯著的影響，H4：健康早餐健康之健康態度對健康早餐意願有顯著的影響。

## 第四節 健康早餐飲食意願

### 壹、健康飲食的意願定義

隨著我國國民生活與飲食型態之改變，各種因飲食不均衡所引發之疾病之比例也在逐年增加中，例如心臟病、糖尿病等，根據許多研究與調查資料顯示，我國國民普遍都有飲食不均衡或營養素不充足之現象，其中可能的原因來自於三餐不正常時間進食、外食機會大增、熱愛高熱量食物等因素（莊惠雯，2005），以及攝取過多高蛋白高油脂之肉類食品（饒月娟、高木榮、曾馨醇、黃婷筠、王韻涵、蔡美文，2014），另外，弱勢學童的飲食不健康，則容易患有心臟病、肥胖、糖尿病等疾病（邱詩揚、陳富莉、劉潔心，2012）。幸好隨著國民對於自身的健康意識抬頭，開始發現到飲食的均衡與健康對於本身身體的健康、生活與工作都有相當大的影響力（陳敏郎、顏嘉盈，2015）。亦即健康的飲食可以有效預防相關疾病的發生。

行為意願（behavioral intentions）的定義，主要是認為個人採取某項特定行為之前的決策過程，在選擇的過程之中，再決定是否採定此項行為，而行為意願為在任何行為前的一種必須經歷的過程。而在 Zeithaml, Berry and Parasuraman（1996）的研究中則是認為行為意願的主要定義為消費者從事特定行為的目的。郭國軒（2015）整理過去文獻提出購買意願（purchase intention）的定義，其認為購買意願為消費者從事特定購買行為的機率程度，當購買意願高時，則其消費者從事特定行為的表現則會越高，反之亦然。因此，需多加重視消費者的健康飲食意願。

Fishbein and Ajzen（1975）對於意願（intention）所提出的看法為個人從事特定行為的機會。Fandos and Flavian（2006）發現到消費者的購買意願可與用於預測消費者的，也就是說，可從購買意願中預測下一次消費者的購買該項商品的行為。另外，在 Reynolds and Wells（1977）的研究中更是將消費者的購買偏好

與購買意願對於購買行為做探究，其中發現購買意願的預測力大於購買偏好，亦即購買意願可作為購買行為的主要預測因子。

白如玲與鍾涓涓(2013)提出過去許多研究皆以品質-價值-行為意願(Quality, Value, Behavior, Q-V-B 模式)探究消費者的購買行為。郭國軒(2015)也提及消費者在購買某項商品的決策過程中，行為(消費)意願為消費者購買行為為首要關鍵因素。亦即行為意願可做為購買行為的預測因子。

從上述彙整，可以將健康飲食意願定義為消費者採用健康飲食行為的機率，也就是說，健康飲食行為意願是透過消費者對於其健康飲食的評價與態度，進一步對健康飲食採取行動。

## 貳、健康飲食的意願相關研究

Engel, Blackwell and Miniard(1995)發現消費者對於標的物的態度主要是透過消費者對於標的物的信念與知覺進行評估的，而消費者的態度則可進一步地影響到消費者的購買行為意願，購買行為意願同時也是影響最後消費者的購買行為的主要因素。

李季隆(2004)的研究指出意願分為正向(favorable)與負向(unfavorable)，並提出主要影響正向意願的因素為商店的服務品質，當消費者意識到商家的服務品質較高時，其也會增加向他人推薦的機率、增加顧客忠誠度等，反之，則會增加負向的意願。

除了一般的飲食研究，也有研究者特別針對茹素者的意願進行探究，如陳欽雨、劉峰旭與林哲緯(2014)的研究指出茹素意願與茹素態度有所關聯。此也可呼應到飲食態度與飲食意願之間的關係。因此，本研究也根據相關文獻，建立研究假設五，H5：健康早餐飲食涉入對健康早餐意願有顯著的影響。

## 第五節 健康早餐飲食涉入、健康早餐飲食態度與健康早餐意願之相

### 關研究

#### 壹、早餐飲食涉入與健康早餐飲食意願之相關研究

當消費者瞭解到產品之重要性時，其對於選擇此產品的偏好程度也提升 (Traylor, 1981)。也就是說，當知曉健康早餐的重要程度時，消費者選擇健康早餐飲食之意願的機率會變高。陳琪婷 (2008) 認為餐廳消費者的涉入程度會與其購買決策有一定程度之關聯，並且當消費者對於餐廳的涉入程度越高時，其對於用餐動機、決策評估等都具有極高的重視程度。此與吳淑鶯與黃淑鈴 (2003) 的研究結果有一致的看法，其提出高涉入之消費者比較常會有消費之意願行為。

蔡德蕙 (2009) 之研究調查消費者於產品涉入程度對於其購買保健食品之影響，分析結果發現消費者的產品涉入程度越高時，其購買的意願程度也會隨之增高。亦即當消費者對於保健食品的效果瞭解程度越高，其可能購買或飲食的行為傾向也會越高。

張均憶 (2011) 在調查有機餐飲消費者涉入程度、知覺價值與購買意願之間的關係，研究結果指出有機餐飲消費者的涉入程度、知覺價值對其購買意願都具有顯著正向的影響，其中涉入程度以自我涉入對消費者的購買意願影響最為強烈。

統整上述相關研究，如表 2-4 所示，發現當消費者對於食品的涉入程度越高時，其飲食的行為傾向也就越高。亦即瞭解到在了解或改變消費者的飲食行為時，可透過飲食涉入作為分析的因素。

表 2-4 早餐飲食涉入與健康早餐飲食意願之相關研究

作者	早餐飲食涉入與健康早餐飲食意願之關係
Traylor (1981)	當消費者瞭解到產品之重要性時，其對於選擇此產品的偏好程度也提升。
吳淑鶯與黃淑鈴(2003)	提出高涉入之消費者比較常會有消費之意願。
陳琪婷(2008)	餐廳消費者的涉入程度會與其購買決策有一定程度之關聯，並且當消費者對於餐廳的涉入程度越高時，其對於用餐動機、決策評估等都具有極高的重視程度。
蔡德蕙(2009)	當消費者對於保健食品的效果瞭解程度越高，其可能購買或飲食的意願程度也會越高。
張均憶(2011)	研究結果為有機餐飲消費者的涉入程度、知覺價值對其購買意願都具有顯著正向的影響，其中涉入程度以自我涉入對消費者的購買意願影響最為強烈。

資料來源：本研究整理

## 貳、健康早餐飲食態度與健康早餐飲食意願之相關研究

隨著消費者的健康意識逐漸抬頭，已有許多研究針對健康食品議題的態度與意願進行探討，本研究也彙整相關過去文獻，並茲分述如下：

賴鴻慶（2009）提及我國的食安問題造成人心惶惶，為有效推行我國優良農業產品之銷售，其研究之目的在於探討消費者對於產銷履歷農產品的認知、態度以及購買意願之關聯性，並發現到消費者的認知、態度以及購買意願三者間呈現正相關，且認知與態度皆可顯著預測消費者購買產銷履歷農產品的購買意願，由此說明，若要提升消費者購買產銷履歷農產品，首先須先加強消費者對於產銷履歷農產品的認知與態度。

柳婉郁、葉婷與潘怡婷（2012）為了解民眾的美食部落格使用態度是否對於購買美食意願造成顯著之影響，其根據路徑分析結果發現，使用美食部落格的態

度直接影響消費者購買美食的意願程度，亦即消費者在進行購買決策時，會受到其對於該產品的態度所影響。王天津與許碩芳（2012）旨在探討目前大陸消費者對於保健食品態度與使用意願之關係，透過迴歸分析結果顯示，可採用態度量表中的四個構面（使用保健食品之預期報酬、視保健食品為健康飲食的一部分、保健食品之功效、保健食品之必要性）作為預測大陸消費者使用保健食品的關鍵因素之一。

鄭琇君（2014）調查台中地區學校護理人員對於食品安全態度與推廣營養教育意願之相關，根據統計分析結果發現食品安全態度與推廣營養教育意願之間具有正向之關聯性。吳國龍、侯正裕與黃顛倫（2015）之研究旨在於了解消費者的食品標示資訊以及食品添加物知識之態度對於購買意願之影響，結果發現當消費者越加重視食品標示資訊以及食品添加物知識越高，其對於食品添加物也會抱持比較正面的態度，進而提升消費者購買該產品之意願。

郭文清與林瑩昭（2016）探討便利商店的消費者在購買產品時的營養標示態度與消費者購買意願之關係，結果顯示營養標示態度與購買意願之間具有正向顯著之關聯性，並表示消費者外食機會增加，但也因各種食安問題，讓消費者對於食品健康概念之態度逐漸提升。

從上述統整研究之結果，發現飲食態度確實會直接正向地影響到消費者的飲食意願。表 2-5 為過去探討健康飲食態度與意願之相關研究，皆發現飲食態度會正向影響飲食意願。

表 2-5 健康飲食態度與健康飲食意願之相關研究

作者	健康飲食態度與健康飲食意願之關係
賴鴻慶(2009)	消費者的態度可顯著預測消費者購買產銷履歷農產品的購買意願。
柳婉郁、葉婷與 潘怡婷(2012)	民眾的美食部落格使用態度正向顯著影響其購買美食之意願。
王天津與許碩芳 (2012)	大陸消費者對於保健食品態度與使用意願具有正向之關係。
鄭琇君(2014)	學校護理人員的食品安全態度與推廣營養教育意願存有正向之關聯性。
吳國龍、侯正裕 與黃顛倫(2015)	消費者的食品標示資訊、食品添加物知識之態度越高，其購買意願亦會提升。
郭文清與林瑩昭 (2016)	營養標示態度與購買意願之間具有正向顯著之關聯性。

資料來源：本研究整理

## 第三章 研究方法

本章節共分為三節，第一節為研究對象與抽樣方式，第二節為研究問卷設計，第三節為資料分析方法。

### 第一節 研究對象與抽樣方法

本研究旨在調查上班族對於健康早餐飲食涉入對於健康早餐之味道態度、對健康早餐之健康態度與健康早餐意願之關係，並同時探討健康早餐之味道態度、對健康早餐之健康態度對於健康早餐意願之關係。本研究之研究對象為一般 18 歲以上的成年人，採用便利抽樣的方式，於 2016 年 12 月先透過 Facebook 網路社群平台發放預試問卷 70 份，以 Google 問卷進行調查，回收期間為半個月。

確認問卷題項內容與信效度後，於 2017 年 2 月至 3 月中，再透過研究者之 Facebook 發放 300 份正式 Google 網路問卷，回收期間為一個半月，接著進行後續的統計分析。

### 第二節 研究問卷設計

本研究根據整理健康早餐的相關文獻後，將健康早餐的定義為於早上的飲食須兼顧全穀根莖類、豆魚肉蛋類、低脂乳品、新鮮蔬果、健康油脂等 5 大類食物，以避免攝取過多的油脂與糖份，造成身體的負擔（吳秀英，2012）。

本研究問卷分為個人背景變項、健康早餐飲食涉入、對健康早餐之味道態度、對健康早餐飲食之健康態度、健康早餐意願等構面進行探討。本研究問卷根據兩位營養師進行專家效度的修正，各題修正細節如附錄所示，題目如表 3-1 所示。

#### 一、個人背景變項

在個人背景變項部分，本研究探討性別、年齡、職業、婚姻、平均吃早餐次數、誰準備早餐、早餐是否為外食等變數，問卷參考自 Jun, Kang and Arendt(2014) 的研究。

## 二、飲食涉入

本研究飲食涉入參考 Bell (2003) 開發以及徐慈贏 (2012) 翻譯的問卷，該量表共有 12 題，為五點量表，1 分為非常不同意，5 分為非常同意，如表 3-1 所示。上述 12 題中，第 3 題「我喜歡討論或是享用健康早餐」及第 8 題「我喜歡與朋友討論健康早餐的議題」為營養師調整用詞後的題目。

表 3-1 飲食涉入問卷題目

構念	題目
健康早餐飲食涉入	1.我會關心食用健康早餐
	2.準備健康早餐是有趣的
	3.我喜歡討論或是享用健康早餐
	4.相較於每日其他要做的事情，攝取健康早餐十分重要
	5.去旅行時我會期望能吃到健康的早餐
	6.吃完健康早餐後我會整理用餐環境
	7.我喜歡烹煮健康的早餐
	8.我喜歡與朋友討論健康早餐的議題
	9.我喜歡將食物混合在一起食用
	10.我負責自己健康早餐飲食的採買
	11.我會洗碗或清理桌面
	12.我在乎桌面是否有整齊的擺設

## 三、健康早餐飲食之味道態度

本研究對健康早餐之味道態度之問卷題目為五點量表，修改自 Jun, Kang and Arendt (2014) 的研究，如表 3-2 所示。

**表 3-2 健康早餐之味道態度問卷題目**

對健康早餐之味道態度	1.我享受健康早餐飲食的口味
	2.我認為吃健康早餐飲食可以滿足味覺的享受
	3.我認為一般人會喜歡健康早餐的味道
	4.儘管我不喜歡健康早餐的味道，但我仍會選擇健康早餐
	5.健康早餐的味道符合我的期待
	6.健康早餐店食物的味道相較於一般早餐店食物的味道更美味
	7.當我想以食物來獎勵自己時，我會選擇健康早餐

四、健康早餐飲食之健康態度

本研究對健康早餐之健康態度之問卷題目為五點量表，修改自 Jun, Kang and Arendt (2014) 的研究，如表 3-3 所示。

**表 3-3 健康早餐之健康態度問卷題目**

構念	題目
對健康早餐之健康態度	1.我相信吃健康早餐飲食讓我維持體態
	2.我相信健康早餐飲食可以保持營養均衡
	3.吃健康早餐飲食有益我的健康
	4.健康早餐飲食對我而言是重要的
	5.在我每天的飲食中，健康早餐是必要的

五、健康早餐意願

本研究對健康早餐意願問卷題目為五點量表，修改自 Jun, Kang and Arendt (2014) 的研究，如表 3-4 所示。

表 3-4 健康早餐意願問卷題目

健康早餐意願	1.我會有購買健康早餐的意願
	2.我會願意推薦健康早餐給其他人
	3.我對於健康早餐給予正面口碑評價

### 第三節 研究分析方法

本研究資料分析採用 SPSS 20.0 進行數據分析，使用的統計方法如下所述：

#### 一、信度分析 (Reliability Analysis)

確認量表測量結果是否具備一致性或穩定性的程度，本研究採用內部一致 Cronbach's  $\alpha$  之信度考驗方法，針對問卷中各個構面進行分析。根據 Gay (1992) 觀點，任何量表的信度係數如果在 .90 以上，表示量表的信度甚佳。若 Cronbach's  $\alpha$  係數高於 0.7，則代表其信度相當高；若介於 0.7 至 0.35 之間，代表信度尚可；低於 0.35 則信度偏低。故當 Cronbach's  $\alpha$  值愈大，表示信度愈高量表愈穩定，且各因素衡量題項之間內部一致性愈大。

#### 二、敘述性統計分析 (Descriptive Statistic Analysis)

本研究對於受試者基本背景變數採用敘述性統計方法，說明樣本在統計上的分佈情況，透過平均數、標準差和百分比，瞭解受訪對象之樣本結構特性。

#### 四、皮爾遜積差相關分析 (Pearson Correlation Analysis)

利用相關係數衡量兩變數間之間的關係，本研究即運用皮爾遜積差相關分析來探討健康早餐飲食涉入對於健康早餐之味道態度、對健康早餐之健康態度與健康早餐飲食意願之間的關聯性。由於相關係數為一標準化分數，其值不受變項特性的影響，介於 -1 與 +1 之間，相關係數值越接近正負 1 時，表示變項的關聯情形越明顯。

#### 五、多元迴歸分析

多元迴歸分析是使用多個自變數去預測依變數的統計方式，本研究採用多元迴歸探討健康早餐飲食涉入對飲食態度及飲食意願的影響，以飲食涉入、健康早餐之味道態度、健康早餐之健康態度為自變數，飲食意願為依變數進行分析。

#### 第四節 預試問卷分析結果

本研究前測於 2016 年 12 月發放，採用 Google 電子問卷進行調查，發放平台為 Facebook，對象為年滿 18 歲的成年人，去除遺漏值之後的有效樣本共有 70 人。問卷內容共分為四個部分，其中包含健康早餐飲食涉入、健康早餐飲食味道態度、健康早餐飲食之健康態度與意願，以下將以內部一致性信度進行問卷信度的檢核，若問卷之 Cronbach's  $\alpha$  達 0.7 以上，則表示問卷具有足夠的信度。

##### 一、健康早餐飲食涉入

表 3-4 為健康早餐飲食涉入信度分析，本研究發現健康早餐飲食涉入之 Cronbach's  $\alpha$  為 0.929，符合 0.7 以上的標準，且項目修正之  $\alpha$  值皆未高於 0.929，表示本研究飲食涉入問卷具有足夠的信度，無須進行刪題。

**表 3-4 健康早餐飲食涉入信度分析**

題項	項目修正之 $\alpha$ 值	Cronbach's $\alpha$ 值
1.我會關心食用健康早餐	.921	.929
2.準備健康早餐是有趣的	.917	
3.我喜歡討論或是享用健康早餐	.919	
4.相較於每日其他要做的事情，攝取健康早餐十分重要	.918	
5.去旅行時我會期望能吃到健康的早餐	.927	
6.吃完健康早餐後我會整理用餐環境	.922	
7.我喜歡烹煮健康的早餐	.918	
8.我喜歡與朋友討論健康早餐的議題	.922	
9.我喜歡將食物混合在一起食用	.933	
10.我負責自己健康早餐飲食的採買	.924	
11.我會洗碗或清理桌面	.924	
12.我在乎桌面是否有整齊的擺設	.929	

## 二、健康早餐飲食態度與意願

表 3-5 為健康早餐飲食態度與意願信度分析，本研究發現健康早餐飲食之健康態度之 Cronbach's  $\alpha$  為 0.924，飲食味道態度之 Cronbach's  $\alpha$  為 0.924，飲食意願之 Cronbach's  $\alpha$  為 0.921，三者皆符合 0.7 以上的標準，且項目修正之  $\alpha$  值皆不高，表示本研究飲食態度與意願的問卷具有足夠的信度，無須進行刪題。

**表 3-5 健康早餐飲食態度與意願信度分析**

構面	題項	項目修正 之 $\alpha$ 值	Cronbach's $\alpha$ 值
健康早餐 之健康態 度	1.我相信吃健康早餐飲食讓我維持體態	.910	.924
	2.我相信健康早餐飲食可以保持營養均衡	.896	
	3.吃健康早餐飲食有益我的健康	.902	
	4.健康早餐飲食對我而言是重要的	.888	
	5.在我每天的飲食中，健康早餐是必要的	.938	
健康早餐 之味道態 度	6.我享受健康早餐飲食的口味	.918	.924
	7.我認為吃健康早餐飲食可以滿足味覺的 享受	.914	
	8.我認為一般人會喜歡健康早餐的味道	.906	
	9.儘管我不喜歡健康早餐的味道，但我仍會 選擇健康早餐	.919	
	10.健康早餐的味道符合我的期待	.899	
	11.健康早餐店食物的味道相較於一般早餐 店食物的味道更美味	.917	
	12.當我想以食物來獎勵自己時，我會選擇 健康早餐	.912	

表 3-5 健康早餐飲食態度與意願信度分析(續)

構面	題項	項目修正之 $\alpha$ 值	Cronbach's $\alpha$ 值
健康早	13.我會有購買健康早餐的意願	.912	.921
餐飲食	14.我會願意推薦健康早餐給其他人	.910	
意願	15.我對於健康早餐給予正面口碑評 價	.834	

## 第四章 研究結果

本章共包含五個部分，第一節為樣本結構分析，第二節為敘述性統計分析，第三節為不同背景變項於各變數之差異性檢定，第四節為皮爾遜積差相關分析，第五節為健康早餐飲食涉入與健康早餐飲食態度與意願之多元迴歸分析。本研究於2017年2月發放正式問卷，於2017年3月15日回收完畢，回收期間為1個半月。採用Google表單設計電子問卷，透過Facebook平台好友進行發放，對象為年滿18歲以上的成年人，回收308份問卷中去除遺漏值之後共計298份有效問卷，有效率為96.7%。

### 第一節 受試者背景分析

本研究共計有 298 位受試者，平均年齡為 29.50 歲，標準差為 10.11 歲。透過表 4-1 可知受試者背景資料分布。以平均每週吃 7 次早餐為最多，共 134 人，占總樣本數 45.0%，其次為 4-6 次，共 110 人，占總樣本數 36.9%；性別以女性為最多，共 196 人，占總樣本數 65.8%；婚姻以已婚為最多，共 222 人，占總樣本數 74.5%，其次為未婚，共 74 人，占總樣本數 24.8%；職業以工商服務業為最多，共 139 人，占總樣本數 46.6%，其次為學生，共 65 人，占總樣本數 21.8%；年齡部分以 21-30 歲者為多，共 213 人，占總樣本數 71.5%。

表 4-1 受試者背景資料分布

背景變項	屬性	人數	百分比 (%)
平均每週吃幾次早餐	1-3 次	54	18.1
	4-6 次	110	36.9
	7 次	134	45.0
性別	男性	102	34.2
	女性	196	65.8
婚姻	未婚	74	24.8
	已婚	222	74.5
	離婚	2	.7
	喪偶	0	0.0

表 4-2 受試者背景資料分布(續)

背景變項	屬性	人數	百分比 (%)
職業	農、林、漁、礦業	4	1.3
	工商服務業	139	46.6
	軍公教	26	8.7
	學生	65	21.8
	醫護人員	29	9.7
	製造業	12	4.0
	其他	23	7.7
年齡	20 歲以下	9	3.0
	21-30 歲	213	71.5
	31-40 歲	27	9.1
	41-50 歲	30	10.1
	51 歲以上	19	6.4

## 第二節 敘述性統計分析

### 一、健康早餐飲食涉入

本研究受測者填答健康早餐飲食涉入問卷各題項之情況，如表 4-2 所示。健康早餐飲食涉入總平均為 3.605，標準差為 0.687，以第 5 題「去旅行時我會期望能吃到健康的早餐」的平均數 3.960 最高；第 10 題「我負責自己健康早餐飲食的採買」分數最低，平均為 3.130。

表 4-3 健康早餐飲食涉入之描述性統計

題目	平均數	標準差	排序
1.我會關心食用健康早餐	3.800	0.967	4
2.準備健康早餐是有趣的	3.500	0.965	8
3.我喜歡討論或是享用健康早餐	3.630	0.894	7
4.相較於每日其他要做的事情，攝取健康早餐十分重要	3.750	0.935	6
5.去旅行時我會期望能吃到健康的早餐	3.960	0.960	1
6.吃完健康早餐後我會整理用餐環境	3.950	0.952	2
7.我喜歡烹煮健康的早餐	3.330	1.034	9
8.我喜歡與朋友討論健康早餐的議題	3.270	0.929	10
9.我喜歡將食物混合在一起食用	3.190	0.977	11
10.我負責自己健康早餐飲食的採買	3.130	1.065	12
11.我會洗碗或清理桌面	3.950	0.971	3
12.我在乎桌面是否有整齊的擺設	3.790	0.952	5
健康早餐飲食涉入總平均	3.605	0.687	

## 二、健康早餐飲食態度與意願

本研究有效回收問卷 298 份中，受測者填答健康早餐飲食之健康態度與意願問卷各題項之情況，並分別依照其三個構面分別闡述之。健康早餐飲食之健康態度總平均為 4.029，標準差為 0.773，以第 3 題「吃健康早餐飲食有益我的健康」的平均數 4.200 最高；第 5 題「在我每天的飲食中，健康早餐是必要的」分數最低，平均為 3.780。分析結果如表 4-3 所示。

表 4-3 健康早餐飲食之健康態度之描述性統計

題目	平均數	標準差	排序
1.我相信吃健康早餐飲食讓我維持體態	4.010	0.888	3
2.我相信健康早餐飲食可以保持營養均衡	4.160	0.845	2
3.吃健康早餐飲食有益我的健康	4.200	0.845	1
4.健康早餐飲食對我而言是重要的	3.990	0.876	4
5.在我每天的飲食中，健康早餐是必要的	3.780	0.962	5
健康早餐飲食之健康態度總平均	4.029	0.773	

在健康早餐飲食味道態度總平均為 3.584，標準差為 0.777，以第 6 題「我享受健康早餐飲食的口味」的平均數 3.910 最高；第 12 題「當我想以食物來獎勵自己時，我會選擇健康早餐」分數最低，平均為 3.220。分析結果如表 4-4 所示。

表 4-4 健康早餐飲食味道態度之描述性統計

題目	平均數	標準差	排序
6.我享受健康早餐飲食的口味	3.910	0.870	1
7.我認為吃健康早餐飲食可以滿足味覺的享受	3.900	0.880	2
8.我認為一般人會喜歡健康早餐的味道	3.610	0.941	3
9.儘管我不喜歡健康早餐的味道，但我仍會選擇健康早餐	3.430	1.000	6

**表 4-4 健康早餐飲食味道態度之描述性統計(續)**

題目	平均數	標準差	排序
10.健康早餐的味道符合我的期待	3.560	0.886	4
11.健康早餐店食物的味道相較於一般早餐店食 物的味道更美味	3.450	0.939	5
12.當我想以食物來獎勵自己時，我會選擇健康 早餐	3.220	1.040	7
健康早餐飲食味道態度總平均	3.584	0.777	

在健康早餐飲食意願總平均為 3.814，標準差為 0.821，以第 15 題「我對於健康早餐給予正面口碑評價」的平均數 3.930 最高；第 13 題「我會有購買健康早餐的意願」分數最低，平均為 3.750。分析結果如表 4-5 所示。

**表 4-5 健康早餐飲食意願之描述性統計**

題目	平均數	標準差	排序
13.我會有購買健康早餐的意願	3.750	0.861	3
14.我會願意推薦健康早餐給其他人	3.770	0.901	2
15.我對於健康早餐給予正面口碑評價	3.930	0.881	1
健康早餐飲食意願總平均	3.814	0.821	

### 第三節 不同背景變項於各變數之差異性檢定

本節將探討不同背景變項之受試者於健康早餐飲食涉入、健康早餐飲食之健康態度、健康早餐飲食味道態度以及健康早餐飲食意願之差異性分析，於兩組之變數採用獨立樣本 *t* 檢定，三組以上之變數採用單因數變異數分析，若單因數變異數分析達到顯著差異時，則會在更進一步採用 Scheffe 事後比較進行探討。

#### 一、獨立樣本 *t* 檢定

##### (一)性別

本研究以獨立樣本 *t* 檢定進行分析，用以探究不同性別的研究對象，在健康早餐飲食涉入、健康早餐飲食之健康態度、健康早餐飲食味道態度以及健康早餐飲食意願之差異情形，分析結果如表 4-6 所示。本研究發現性別在健康早餐飲食味道態度達到顯著水準 ( $t = -2.052, p < .05$ )，女性的健康早餐飲食味道態度總平均得分顯著高於男性，說明性別僅對於健康早餐飲食味道態度產生影響。

表 4-6 不同性別於各量表之差異性檢定

量表	性別	平均數	標準差	t 值	顯著性
健康早餐飲食涉入總平均	男	3.536	0.661	-1.246	0.214
	女	3.640	0.699		
健康早餐飲食之健康態度總平均	男	4.002	0.826	-0.433	0.666
	女	4.043	0.746		
健康早餐飲食之味道態度總平均	男	3.457	0.781	-2.052	0.041*
	女	3.650	0.768		
健康早餐飲食意願總平均	男	3.748	0.888	-1.000	0.318
	女	3.849	0.784		

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

## 二、單因數變異數分析

根據文獻探討可知，不同飲食習慣、職業及婚姻的人在飲食習慣上會有所不同，故本研究單因數變異數分析包含平均每周吃幾次早餐、婚姻與職業，以下逐一探討。

### (一)平均每周吃幾次早餐

表 4-7 為平均每周吃幾次早餐狀況於各量表之差異性檢定，本研究發現平均每周吃早餐次數在健康早餐涉入量表、健康早餐飲食態度、健康早餐飲食態度以及健康早餐飲食意願上達顯著標準 ( $p < .05$ )，事後比較發現平均每周吃 7 次早餐之受試者在健康早餐飲食態度與健康早餐飲食意願之平均分亦顯著高於平均每周吃 1-3 次早餐之受試者。此結果說明幾乎每天都有吃早餐者其在健康早餐飲食態度與健康早餐飲食意願之得分較高，與陳敏郎、顏嘉盈 (2015) 的意見一致，認為個體的飲食習慣會影響其態度及意願。

表 4-7 平均每周吃幾次早餐狀況於各量表之差異性檢定

量表	平均每周吃幾次早餐	平均數	標準差	F 值	顯著性	Scheffe' 事後比較
健康早餐飲食涉入	1-3 次	3.478	0.591	2.963	.053	
	4-6 次	3.540	0.580			
	7 次	3.708	0.786			
健康早餐之健康態度	1-3 次	3.800	0.741	4.860	.008**	7 次 > 1-3 次
	4-6 次	3.975	0.606			
	7 次	4.166	0.878			
健康早餐之味道態度	1-3 次	3.524	0.693	3.086	.047*	
	4-6 次	3.466	0.669			
	7 次	3.705	0.873			
健康早餐飲食意願	1-3 次	3.605	0.733	3.994	.019*	7 次 > 1-3 次
	4-6 次	3.752	0.730			
	7 次	3.950	0.903			

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

(二)婚姻

表 4-8 為不同婚姻狀況於各量表之差異性檢定，本研究發現婚姻在健康早餐飲食以及涉入健康早餐之味道態度量表均達顯著標準 ( $p < .05$ )，事後比較發現未婚及已婚之受試者在健康早餐飲食涉入之得分顯著高於離婚之受試者；未婚之受試者在健康早餐之味道態度之得分顯著高於已婚之受試者。

表 4-8 不同婚姻狀況於各量表之差異性檢定

量表	婚姻	平均數	標準差	F 值	顯著性	Scheffe' 事後比較
健康早餐飲食涉入	未婚	3.672	0.831	3.660	.027*	已婚、未婚 > 離婚
	已婚	3.593	0.623			
	離婚	2.375	0.648			
	喪偶	-	-			
健康早餐之健康態度	未婚	4.122	0.879	.976	.378	
	已婚	4.002	0.734			
	離婚	3.600	0.849			
	喪偶	-	-			
健康早餐之味道態度	未婚	3.790	0.857	3.973	.020*	未婚 > 已婚
	已婚	3.521	0.740			
	離婚	3.000	0.000			
	喪偶	-	-			
健康早餐飲食意願	未婚	3.901	0.931	1.476	.230	
	已婚	3.793	0.781			
	離婚	3.000	0.000			
	喪偶	-	-			

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

(三)職業

表 4-9 為不同職業於各量表之差異性檢定，本研究發現職業在健康早餐飲食涉入量表、健康早餐飲食態度、健康早餐飲食味道態度量表與健康早餐飲食意願量表上均未達顯著標準 ( $p > .05$ )。

表 4-9 不同職業於各量表之差異性檢定

量表	職業	平均數	標準差	F 值	顯著性	Scheffe' 事後比較
健康早餐 飲食涉入	農、林、 漁、礦業	3.896	0.708	1.408	.211	
	工商服務 業	3.567	0.725			
	軍公教	3.885	0.594			
	學生	3.521	0.568			
	醫護人員	3.575	0.906			
	製造業	3.514	0.534			
	其他	3.790	0.543			
	健康早餐 之健康態 度	農、林、 漁、礦業	4.100			0.887
工商服務 業		4.066	0.760			
軍公教		4.377	0.607			
學生		3.840	0.723			
醫護人員		3.993	1.016			
製造業		3.950	0.819			
其他		4.017	0.698			

表 4-9 不同職業於各量表之差異性檢定(續)

量表	職業	平均數	標準差	F 值	顯著性	Scheffe' 事後比較
健康早餐之味道態度	農、林、漁、 礦業	3.857	0.617	2.088	.055	
	工商服務業	3.660	0.765			
	軍公教	3.753	0.699			
	學生	3.303	0.763			
	醫護人員	3.700	0.999			
	製造業	3.524	0.682			
	其他	3.565	0.579			
健康早餐飲食意願	農、林、漁、 礦業	4.083	0.833	1.170	.323	
	工商服務業	3.871	0.848			
	軍公教	4.077	0.662			
	學生	3.703	0.759			
	醫護人員	3.632	1.021			
	製造業	3.639	0.703			
	其他	3.768	0.728			

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

#### 第四節 皮爾遜積差相關分析

本研究所使用四個構面之皮爾森相關分析如表 4-10 所示，結果顯示健康早餐飲食涉入與健康早餐之健康態度態度 ( $r = 0.728, p < .01$ )、健康早餐之味道態度 ( $r = 0.723, p < .01$ ) 及健康早餐飲食意願 ( $r = 0.616, p < .01$ ) 皆具有正相關。健康早餐之健康態度與健康早餐之味道態度 ( $r = 0.750, p < .01$ )、健康早餐飲食意願 ( $r = 0.715, p < .01$ ) 也皆具有顯著高度正相關。此外，健康早餐之味道態度與健康早餐飲食意願亦具有顯著高度正相關 ( $r = 0.735, p < .01$ )。說明受試者在健康早餐飲食涉入、健康早餐之健康態度、健康早餐之味道態度及健康早餐飲食意願會彼此影響，亦即當其中一個變數的愈高時，其他三個變數也會隨之提升。

表 4-10 各量表之相關分析

量表	健康早餐飲食涉入	健康早餐飲食態度	健康早餐飲食味道態度	健康早餐飲食意願
健康早餐飲食涉入	1.00	-	-	-
健康早餐之健康態度	.728**	1.00	-	-
健康早餐之味道態度	.723**	.750**	1.00	-
健康早餐飲食意願	.616**	.715**	.735**	1.00

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

## 第五節 健康早餐飲食涉入與健康早餐飲食態度與意願之迴歸分析

本節將以迴歸分析驗證本研究之假設，探討健康早餐飲食涉入、健康早餐飲食態度、健康早餐飲食味道態度以及健康早餐飲食意願之關係，以下分為三個部分進行說明。

### 一、健康早餐飲食涉入對健康早餐之味道態度之影響

表 4-11 為健康早餐飲食涉入預測健康早餐飲食味道態度之迴歸分析，本研究發現健康早餐飲食涉入能顯著預測健康早餐之味道態度 ( $t = 18.016, p < .01$ )，意即當健康早餐飲食涉入提升時，健康早餐之味道態度之得分也會提升，此結果支持研究假設 H1。

表 4-4 健康早餐飲食涉入預測健康早餐之味道態度之迴歸分析

預測變數	迴歸係數	標準誤	t 值	顯著性
常數	0.635	0.167	3.812	.000**
健康早餐飲食涉入	0.818	0.045	18.016	.000**
R <sup>2</sup>		.523		
調整後R <sup>2</sup>		.521		
F值		324.591**		

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

### 二、健康早餐飲食涉入對健康早餐之健康態度之影響

表 4-12 為健康早餐飲食涉入預測健康早餐之健康態度之迴歸分析，本研究發現健康早餐飲食涉入能顯著預測健康早餐之健康態度 ( $t = 18.289, p < .01$ )，意即當健康早餐飲食涉入提升時，健康早餐之健康態度之得分也會提升，此結果支持研究假設 H2。

表 4-12 健康早餐飲食涉入預測健康早餐之健康態度之迴歸分析

預測變數	迴歸係數	標準誤	t 值	顯著性
常數	1.074	0.164	6.530	.000**
健康早餐飲食涉入	0.820	0.045	18.289	.000**
R <sup>2</sup>		.531		
調整後R <sup>2</sup>		.529		
F值		334.472**		

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

### 三、健康早餐飲食涉入、健康早餐之味道態、健康早餐之健康態度對健康早餐飲食意願之影響

表 4-13 為健康早餐飲食涉入預測健康早餐飲食意願之多元迴歸分析，本研究發現健康早餐之味道態度( $t = 5.865, p < .01$ )與健康早餐之健康態度( $t = 7.289, p < .01$ )皆能顯著預測健康早餐飲食意願，意即當健康早餐之味道態度(H3)與健康早餐之健康態度(H4)之得分提升時，健康早餐飲食意願之得分也會隨之提升，此結果支持研究假設 H3 及 H4，說明態度對於受試者而言是相當重要採取健康早餐飲食的原因之一。然而，飲食涉入對飲食意願的影響在此模型中並未達顯著，故拒絕研究假設 H5。

表 4-13 健康早餐飲食涉入、健康早餐之味道態度與健康早餐之健康態度預測健康早餐意願

預測變數	迴歸係數	標準誤	t 值	顯著性
常數	0.457	0.173	2.645	.009**
健康早餐飲食涉入	0.045	0.070	0.643	.521
健康早餐之味道態度	0.379	0.065	5.865	.000**
健康早餐之健康態度	0.465	0.064	7.289	.000**
R <sup>2</sup>		.602		
調整後R <sup>2</sup>		.598		
F值		148.394**		

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

本研究多元迴歸模型係數整理如下所示：

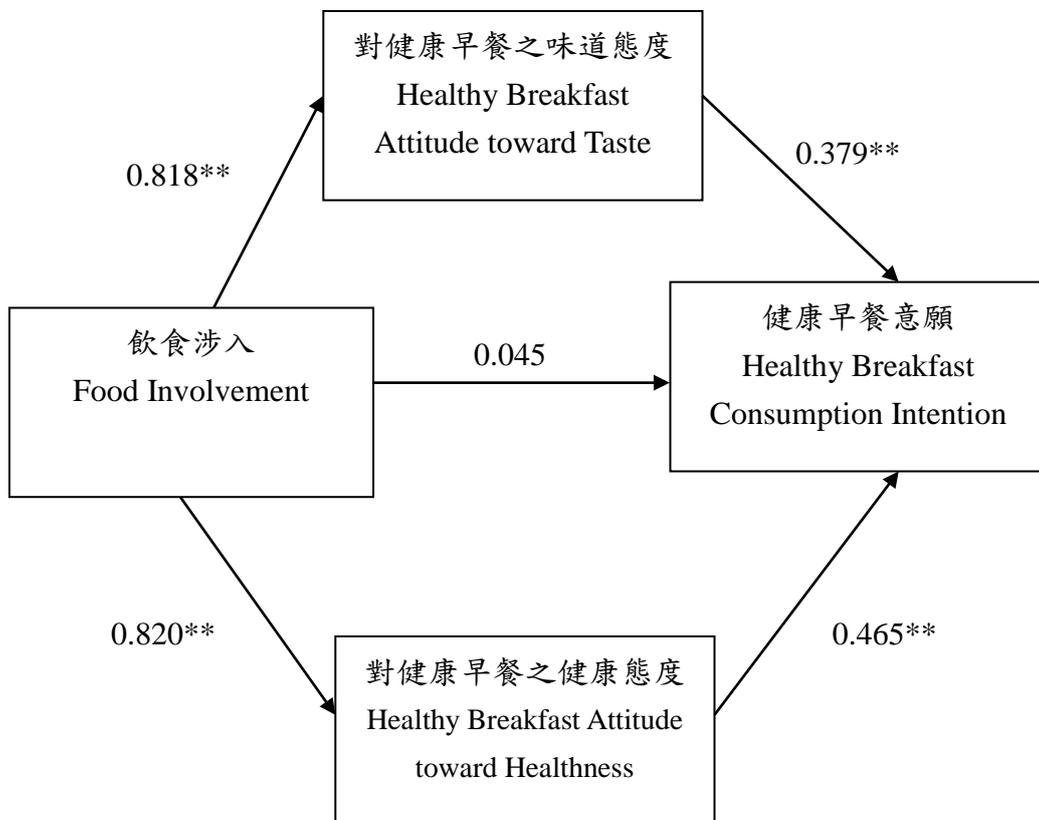


圖 4-1 迴歸係數圖

#### 四、結構方程模型

本研究為求推論上的準確性，進一步以結構方程模型探討研究模型，為求較佳的模型適配度，本研究在飲食涉入刪除了第 8~第 12 題，在態度中刪除了第五題、第 9 題以及第 12 題，並根據 MI 值將殘差進行相關的估計，其結果如表 4-14、表 4-15 及圖 4-2 所示。由表 4-14 可知，本研究假設在結構方程模型中 H1 至 H4 仍獲得支持，飲食涉入會顯著正向影響健康早餐之味道態度(H1)，飲食涉入會顯著正向影響健康早餐之健康態度(H2)，健康早餐之味道態度會顯著正向影響健康早餐意願(H3)，健康早餐之健康態度會顯著正向影響健康早餐意願(H4)，僅飲食涉入對健康早餐之早餐意願(H5)未達顯著。本研究進一步以拔靴法進行飲食涉入及健康早餐意願中介效果的測試，若拔靴法上下界未包含 1 則表示存在顯著的中介效果。本研究發現飲食涉入對健康早餐意願的中介效果達顯著( $p=.007$ )，其上下界為 0.660~1.356，由於飲食涉入對健康早餐之早餐意願之細數未達顯著，此中介效果為完全中介，亦即飲食涉入對健康早餐意願的影響被健康早餐之味道態度與健康態度所中介，故係數才會未達顯著。

**表 4-14 研究模型之標準化路徑係數統整表**

假設	構面間關係	路徑係數	顯著性	檢定結果
H1	飲食涉入->健康早餐之味道態度	0.852	***	獲得支持
H2	飲食涉入->健康早餐之健康態度	0.758	***	獲得支持
H3	健康早餐之味道態度->健康早餐意願	0.371	***	獲得支持
H4	健康早餐之健康態度->健康早餐意願	0.608	***	獲得支持
H5	飲食涉入->健康早餐意願	-0.079	0.457	未獲支持

\*\*\* $p<.001$

表 4-15 為此模型之模型適配度，其卡方除以自由度為 3.303，GFI 為 0.869，AGFI 為 0.825，RMSEA 為 0.088，RMR 為 0.052，NFI 為 0.908，CFI 為 0.934，TLI 為 0.920，整體而言模型適配度皆符合一般標準。

表 4-15 研究模型之模型適配度

適配度指標	結構模型	建議值
		(邱皓政，2011)
Normed Chi-Square	3.303	<5
GFI(Goodness of Fit Index)	0.869	>0.8
AGFI(adjusted-goodness-of-fit index)	0.825	>0.8
RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)	0.088	<0.08~0.1
RMR(Root Mean Square Residual)	0.052	越小越好
NFI(Normed Fit Index)	0.908	>0.8
CFI(Comparative Fit Index)	0.934	>0.9
TLI(Tucker-Lewis Index)	0.920	>0.9

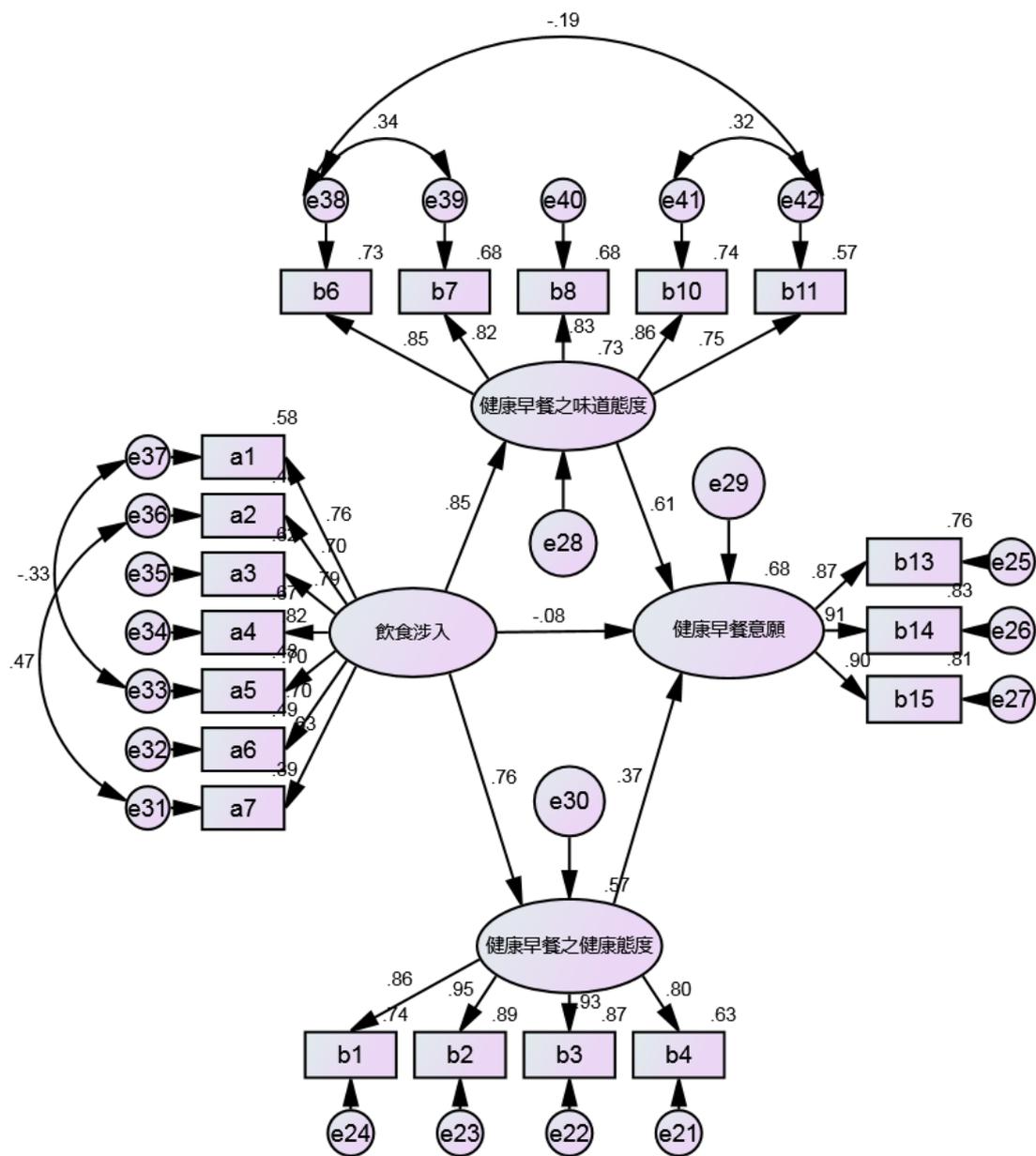


圖 4-2 結構方程路徑圖

## 第五章 結論與建議

本研究根據上述研究結果提出第五章結論與建議，並分成三個部分，第一節為結論，第二節為研究建議，第三節則為研究限制與未來研究建議。

### 第一節 結論

#### 一、研究受試者之現況

本研究受試者以女性為居多，婚姻狀況以已婚者為居多，職業以工商服務業為居多，以平均每週吃 7 次早餐為居多。另外，受試者在健康早餐飲食涉入、健康早餐飲食味道態度以及健康早餐飲食意願之總平均得分皆高於 3.5 分以上，說明受試者對於健康早餐飲食涉入、味道態度以及意願接近於「同意」，但尚未達到「同意」之標準。而健康早餐飲食態度之總平均得分高於 4 分以上，表示受試者對於健康早餐的飲食態度相當重視，達到「同意」之標準。

#### 二、受試者背景變項於健康早餐飲食涉入、態度與意願之分析

##### (一) 性別

本研究結果發現，女性的「健康早餐之味道態度」總平均得分顯著高於男性。本研究推測其原因為女性比較願意透過健康飲食來促進健康，所以女性比較對於健康早餐飲食的味道接受程度較高，也比較能夠享受健康早餐的味道。

##### (二) 平均每周吃幾次早餐

本研究發現，平均每周吃 7 次早餐之受試者在「健康早餐之健康態度」與「健康早餐飲食意願」之平均得分顯著高於平均每周吃 1-3 次早餐之受試者。本研究認為可能的原因為，受試者採取的行為通常都是根據自己的自由意識來決定，而此意識可能是來自於個人情感或認知的判斷，所以已經習慣每天健康早餐飲食者，其本身對於健康早餐態度與意願的認同度也會比較高。亦即相對於低頻率健康早餐飲食者，高頻率的早餐飲食習慣者，其

對於健康早餐飲食的重視度較高，且對於健康早餐飲食抱持著正向的態度。

### （三）婚姻狀況

本研究發現，未婚與已婚之受試者在「健康早餐飲食涉入」之平均得分顯著高於離婚之受試者；未婚之受試者在「健康早餐之味道態度」之平均得分顯著高於已婚之受試者。本研究推測已婚者以步入家庭生活、養兒育女，為了家人與子女的健康，對於飲食的大小事可能會比較注重一點，所以已婚者在健康早餐涉入之得分顯著高於未婚與離婚者。

此外，隨著食安問題爆發，最常外食早餐的未婚族群也意識到健康早餐的重要性，開始也越來越多早餐店推出健康早餐方案讓消費者選購，所以未婚族群變得比較容易購到健康早餐的組合，亦會對於健康早餐飲食的味道的認同度與接受度也會比較高一些。

### （四）職業

本研究發現職業對於健康早餐飲食涉入、態度以及意願皆沒有造成顯著的影響，然而在過去研究發現職業地位愈高者，其採取危害健康之行為愈少（梁振翊、周肇茂、何佩珊、謝天渝、楊奕馨，2004）。本研究認為可能的原因在於，本研究有近五成的受試者從事工商服務業，與其他職業的比例有些差距，在進行比較時，較難完整得出實際的現況。

## 三、健康早餐飲食涉入、態度與意願之關係

### （一）健康早餐飲食涉入對健康早餐之味道態度、健康早餐之健康態度之影響

本研究結果顯示，健康早餐飲食涉入能正向顯著預測健康早餐之味道態度以及健康早餐之健康態度。此結果與過去研究的結果相似，如在 Chen（2007）研究提出消費者對於飲食涉入的程度愈高時，對於有機食物的態度也會愈正面。此外，其他研究議題，如陳金足與陳春富（2017）也同樣地發現運動賽事觀眾的涉入程度正向影響其對於運動觀光發展之態度。說明消費

者會主動瞭解某項事務時，表示其對於該項事務較為重要，對於該事物的態度也會比較好，亦即涉入程度為預測態度的重要變數之一。

## （二）健康早餐飲食涉入、健康早餐之味道態度、健康早餐之健康態度對健康早餐飲食意願之影響

本研究發現健康早餐之味道態度與健康早餐之健康態度皆能正向顯著預測健康早餐飲食意願，說明可透過健康早餐飲食味道態度以及健康早餐飲食態度，建立高度的健康早餐飲食意願。在過去研究也獲得相似的結果，如在羅雅函（2016）之研究中發現，我國消費者的健康飲食態度可正向影響飲食行為意願；趙國吉（2013）之研究亦提及，消費者的低碳飲食態度會直接影響其對低碳飲食的購買意願。由此說明，當消費者對於某特定事務抱持著正向的態度時，會直接影響其採取行為之意願，亦即個體的态度為預測其採取某特定行為之前的關鍵性因素。

## 第二節 研究建議

本研究根據研究結論給予目前民眾健康早餐飲食之建議，以助於提升我國民眾健康早餐飲食之促進。

現代人生活工作繁重，時常忽略三餐飲食的健康與均衡，亦或者有許多上班族一到假日休息時間，就容易晚睡晚起錯過食用早餐的時間，為有效改善與提升民眾健康早餐之飲食，首先須先讓民眾了解早餐對於身體健康與每日工作的重要性，其次為了解何謂健康早餐飲食，最後也需搭配良好的日常生活習慣，以達到落實健康早餐之飲食習慣。

而根據研究結果可以得知，受試者的健康早餐飲食的涉入程度對於健康早餐飲食態度具有重要之影響力，但目前受試者在健康早餐飲食涉入之得分介於普通至同意之間，表示受試者在健康早餐涉入的了解具有改善之空間。為促進我國民眾健康早餐飲食之比例，建議政府相關單位以及衛生福利部多加著重宣導健康早餐飲食之知識與衛教資訊，如食材介紹、提出健康早餐的組合，或者標註有哪些食物不適合當作早餐食用，讓民眾可以清楚地瞭解到如何執行健康早餐飲食計畫。甚至可建議可透過國中小學校的健康生活課程將健康早餐飲食納入至其中。以加強我國民眾以及學童健康早餐飲食正確之觀念。故本研究建議須多著重培養健康的生活飲食習慣，並加強健康飲食之觀念。

### 第三節 研究限制與未來研究建議

本研究因礙於時間、人力與物力等因素限制，所以本研究仍有待改進之處，因此，提出本研究對於未來研究方向改進之建議，相關限制與未來研究建議如後進行說明。

本研究完整填答本研究問卷之受試者僅有 298 位，職業多數集中在工商服務業，可能會有抽樣上的誤差，造成本研究推論上的侷限，建議未來研究可再增加研究樣本數，以及根據目前民眾從事的職業比例進行抽樣，讓研究樣本數更具有代表性，也更符合母群的真實性。

本研究採用問卷調查法蒐集我國上班族群對於健康早餐飲食之看法，並透過統計數據分析提出研究結果，亦即本研究主要透過數據資料提出研究結果，研究結果雖較具有客觀性，但無法深入瞭解上班族更多對於健康早餐飲食之觀點與想法，建議未來研究可考慮採用訪談法，輔以文字說明，讓研究結果更具有價值與貢獻性。

本研究旨在調查我國上班族對於健康早餐飲食之涉入、態度與意願之關係，本研究雖已有提出健康早餐飲食之定義與說明，但受試者對於健康早餐之認知與理解程度可能有所不同。此外，再加上我國民眾飲食的生活習慣逐漸改變，民眾時常錯過早餐時間或假日晚睡晚起，讓早餐店開店的時間跟著民眾吃早餐的時間不斷延後，養成不少民眾食用早午餐之習慣。因此，本研究建議未來研究學者除了須更詳細地探討「早餐」的時間以及「健康飲食」的內容外，也可考慮是否將「早午餐」之部分納入一起探討，以符合目前民眾生活習慣之方式以及對於早餐有更完整的探討。

根據過去研究指出影響個體飲食意願之因素還包含有健康意識（羅雅函，2016）、主觀規範（陳曉明，2015）、飲食知識（陳碧芳，2014）等，然而，因本研究時間與物力之限制，未將所有與飲食意願相關因素納入。因此，未來研究學者可考慮探討其他因素對於健康早餐飲食意願之影響，以豐富研究結果之資料。

## 參考文獻

### 中文文獻

丁巧倫、陳澄仔、徐于婷、許家嘉、張巧吟(2015)。早午餐消費行為之探討-以朝陽科技大學學生為例(未出版之碩士論文)。朝陽科技大學，台中市。

方世榮(2002)。關係價值、關係品質與忠誠度之探討—零售銀行業的實證研究。**管理學報**，**19**，1097-1130。

王天津、許碩芳(2012)。大陸消費者對保健食品的態度。**亞太經濟管理評論**，**15(2)**，1-19。

白如玲、鍾涓涓(2013)。線上旅遊產品知覺品質、知覺價值與行為意願之研究：以品牌利益和知覺風險為前置因素。**島嶼觀光研究**，**6(4)**，46-78。

吳秀英(主編)(2012)。國民飲食指標手冊。台北市：行政院衛生署食品藥物管理局。

吳國龍、侯正裕、黃顛倫(2015)。食品標示資訊、食品添加物知識、態度與消費者購買意願之關係-以台南市大學生為例。**崑山科技大學學報**，**10**，91-107。

吳淑鶯、黃淑鈴(2009)。影響消費者對咖啡連鎖店涉入程度之前因及結果實證研究。**中國管理評論**，**6(4)**，136-155。

李季隆(2004)。服務品質、顧客價值、顧客滿意度與行為意圖之關聯性探討-以屈臣氏連鎖藥妝店為例(未出版之碩士論文)。國立高雄第一科技大學，高雄市。

李韋毅(2013)。早午餐商店之價格知覺、產品品質、服務品質對行為意圖之影響(未出版之碩士論文)。南台科技大學，台南市。

李啟誠、高瑞新、蔡玉娟(2016)。有機食品之購買動機、態度形成與購買意圖之

- 研究。國立金門大學學報，6(1)，1-30。
- 李雅庭、苗迺芳、蕭仔伶(2015)。以社會建構與社會化觀點對學童早餐飲食行為模式之質性探討。學校衛生，67，23-48。
- 周嘉琪、胡凱揚、張鼎乾(2011)。舞蹈系學生體型呈現對減重與飲食態度之影響。臺灣體育學術研究，51，63-77。doi:10.6590/TJSSR.2011.12.04
- 林南宏、蔡明真、王蘭薰(2016)。關係行銷對消費者態度與行為意向的影響—網路產品類型的干擾效果。電子商務研究，14(1)，37-61。
- 林建煌(2007)。消費者行為。台北：華泰。
- 林隆儀、秦嘉志(2006)。名牌服飾消費價質與消費者涉入對仿冒品購買行為的影響。行銷科學學報，2(1)，79-106。
- 林錦華(2007)。請與孩子共進營養早餐。中國醫訊，45，50-52。
- 空腹熊貓(2016)。取自 <https://www.foodpanda.com.tw/>
- 邱皓政(2011)。結構方程模式：LISREL/SIMPLIS 原理與應用(第二版)。台北：雙葉。
- 邱詩揚、陳富莉、劉潔心(2012)。促進小學生健康飲食行為之研究：整合跨理論模式及問題導向學習模式。台灣公共衛生雜誌，31(6)，581-596。doi:10.6288/TJPH2012-31-06-09
- 品牌志編輯部(2015)。取自 <https://goo.gl/aa6Ox8>
- 柳婉郁、葉婷、潘怡婷(2012)。美食部落格名譽、消費者使用態度與購買美食意願之研究。真理觀光學報，10，46-71。

- 洪毓琪(2016)。早餐店藏「四高」危機 跟著營養師聰明吃。華人健康網。取自  
<https://www.top1health.com/>
- 洪鈺婷(2008)。老人飲食營養知識、態度、行為與營養素攝取之關係—台灣的實  
證分析(未出版之碩士論文)。國立臺灣大學，台北市。
- 徐慈羸(2012)。健康餐飲態度、飲食涉入、與健康飲食行為關係之研究(未出版之  
碩士論文)。國立高雄餐旅大學，高雄市。
- 張均憶(2011)。高雄市有機餐飲消費者涉入程度、知覺價值與購買意願關係之研  
究(未出版之碩士論文)。高雄餐旅學院，高雄市。
- 梁振翊、周肇茂、何佩珊、謝天渝、楊奕馨(2004)。臺灣地區飲酒盛行率調查 報  
告。臺灣口腔醫學衛生科學雜誌，20(2)，91-104。
- 章凱淇(2009)。消費者對有機食品涉入程度、知覺價值及其購買意願之研究(未出  
版之碩士論文)。亞洲大學，台中市。
- 莊惠雯(2005)。大學生時間分配、社會支持來源、心理狀態、健康行為與自覺安  
適狀態之相關因素研究(未出版之碩士論文)。國立台灣師範大學，台北市。
- 郭文清、林瑩昭(2016)。營養標示態度與行為、組合價格促銷對消費者購買意願  
之研究—以便利超商消費者為例。休閒事業研究，14(4)，61-85。
- 郭國軒(2015)。探討至趕集性夜市消費族群的消費意願、消費滿意和行為意圖之  
研究—以台南市花園夜市為例。臺灣觀光學報，10，111-130。
- 陳玉欣(1999)。國中生飲食行為及相關因子的流行病學研究(未出版之碩士論  
文)。國立台灣大學，台北市。
- 陳宇平、陳信昭、蔡政潔(2008)。「飲食態度量表-26 題版」(EAT-26)本土最佳切

- 點之探討—以台南市兩所高中為例。中華心理衛生學刊，21(4)，379-405。
- 陳金足、陳春富(2017)。國際運動賽事對觀光吸引力、涉入程度、知覺價值、行為意圖與運動觀光發展態度之研究。北商學報，31，55-82。
- 陳敏郎、顏嘉盈(2015)。大學生自覺健康、健康認知及飲食行為相關因素之研究以中部四所大學為例。弘光學報，76，111-122。
- 陳欽雨、劉峰旭、林哲緯(2014)。綠色意識與宗教熱忱對素食認知及茹素意願之影響。運動休閒餐旅研究，9(4)，18-35。
- 陳琪婷(2008)。餐廳消費者購買涉入程度與購買決策關係之研究。人類發展與家庭學報，10，1-29。
- 陳碧芳(2014)。北區高職餐旅群教師低碳飲食知識、態度及行為之研究(未出版之碩士論文)。輔仁大學，新北市。
- 陳曉明(2015)。台南市國小教師低碳飲食態度與行為意向之研究(未出版之碩士論文)。真理大學，新北市。
- 傅安弘、簡嘉靜(2009)。台灣地區大學生屬性對營養知識、飲食態度與飲食行為之影響。臺灣營養學會雜誌，34(4)，142-154。
- 曾光華(2013)。消費者行為。台北：前程文化。
- 黃安邦(1992)。社會心理學。台北：五南。
- 黃怡鈴、吳鈴玉、鄭婷元、何欣璟、曾錦謙、蕭仲廷(2013)。健康元氣早餐店創業之研究。明新科技大學，新竹縣。
- 黃薪蓓、林豐瑞(2014)。產品涉入、情境因素、品牌形象對農產品伴手禮購買意

- 願之影響：以大人物麩萬巒豬腳為例。農業推廣文彙，59，121-139。
- 趙國吉(2013)。低碳飲食購買意願之研究(未出版之碩士論文)。亞洲大學，台中市。
- 潘家鑫、高雅勤(2010)。飲食相關態度改變的睡眠者效果。中國廣告學刊，15，97-117。
- 蔡珮涵(2012)。消費者選擇早餐店消費行為之研究-以新北市部分地區為例(未出版之碩士論文)。聖約翰科技大學，新北市。
- 蔡德蕙(2009)。產品涉入對消費者購買保健食品意願之影響-以食用酵素為例(未出版之碩士論文)。中原大學，桃園縣。
- 鄭琇君(2014)。學校護理人員對食品安全知識、態度與推廣營養教育意願之相關研究(未出版之碩士論文)。朝陽科技大學，台中市。
- 鄭慧娟(2012)。運用計畫行為理論探討準備早餐之行為意圖—以基隆市國小高年級學生家長為例(未出版之碩士論文)。經國管理暨健康學院，基隆市。
- 蕭靜雅、傅安弘、蕭雅美(2010)。休閒農場業者與其消費者對飲食之認知、態度與行為差異之研究。農業推廣文彙，55，97-115。
- 賴鴻慶(2009)。消費者對產銷履歷農產品認知、態度及購買意願之研究(未出版之碩士論文)。國立屏東科技大學，屏東縣。
- 鮑慧門(2013)。[免費或付費] 對活動涉入之影響。運動休閒管理學報，10(2)，92-111。
- 謝曉雲(2001)。立即體檢你的早餐！營養師給的6大建議。康健雜誌。取自  
<http://www.commonhealth.com.tw/article/article.action?id=5019741>

謝曉雲(2011)。4大最危險的早餐食物大公開！**天下雜誌**。取自

<http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5005094>

羅心余、賴冠菁、何倩瑩、黃詩瑩(2012)。早餐營養素分析及飲食建議。**臺灣營養學會雜誌**，37(4)，147-154。

羅雅函(2016)。**建構消費者選擇養生飲食之模式**(未出版之碩士論文)。嶺東科技大學，台中市。

饒月娟、高木榮、曾馨醇、黃婷筠、王韻涵、蔡美文(2014)。體重過重之醫院員工的營養健康態度、知識及飲食行為。**北市醫學雜誌**，11(1)，48-62。doi：10.6200/TCMJ.2014.11.1.06

#### 英文文獻

America Health Government (2015). Dietary Guidelines for Americans 2015-2020.

Retrieved from <https://health.gov/dietaryguidelines/2015/guidelines/>.

Bell, R., & Marshall, D. W. (2003). The construct of food involvement in behavioral research : Scale development and validation. *Appetite*, 40(3), 235-244.

Chen, M. F. (2007). Consumer attitudes and purchase intentions in relation to organic foods in Taiwan: Moderating effects of food-related personality traits. *Food Quality and Preference*, 18(7), 1008-1021.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.).

Engel, F. J., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2001). *Consumer Behavior* (9th.Ed.). New York: Holt Rinehart and Winston.

Fandos, C. & Flavian, C. (2006). Intrinsic & extrinsic quality attributes, loyalty and

buying intention: An analysis for a PAD product. *British Food Journal*, 108(8), 646-662. doi : 10.1108/00070700610682337

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: A introduction to Theory and Research*. MA: Addison-Wesley Reading.

Garner, D. M., Olmsted, M. P., & Garfinkel, P. E. (1982). The eating attitudes test: Psychometric features and clinical correlates. *Psychological Medicine*, 12, 871-878.

Gay, L. R. (1992). *Educational Research: Competence for analysis and application*. New York: Merrill.

Jun, J., Kang, J., & Arendt, S. W. (2014). The effects of health value on healthful food selection intention at restaurants: Considering the role of attitudes toward taste and healthfulness of healthful foods. *International Journal of Hospitality Management*, 42, 85-91.

Kristof, W. D., Odekerken-Schroder, G., & Lacobucci, D. (2001). Investments in consumer relationships: A cross-country and cross-industry exploration. *Journal of Marketing*, 65, 33-50.

Natural Products Insider(2017). Retrieve from <http://www.naturalproductsinsider.com>

Raudenbusch, B., Van Der Klaauw, N. J., & Frank, R. A. (1995). The contribution of psychological and sensory factors to food preference patterns as measured by the food attitude survey. *Appetite*, 25(1), 1-15.

Reynolds, F. D., & Wells, W. D. (1977). *Consumer behavior*. New York: McGraw-hill.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior*. (8th ed.). NJ: Pearson Prentice Hall.

Traylor, M. B. (1981). Product involvement and brand commitment. *Journal of Advertising Research*, 21(2), 51-56.

Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352.

Zeithaml, V. A. Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.

## 附錄一 研究問卷

親愛的先生／小姐您好：

本研究目前正在探討「健康早餐飲食涉入對飲食態度與意願影響之研究」，懇請您撥冗填寫。本問卷僅作為學術研究之用，所有資料採不記名方式，絕不對外公開，請您安心填答！您的寶貴意見，將是本次研究能否順利完成的最大關鍵，感謝您熱心的協助與支持。敬祝

身體健康 萬事如意

本研究之健康早餐定義為「營養均衡且適量的攝取早餐」

### 第一部分 基本資料

1. 平均每周吃幾次早餐： 0 次  1-3 次  4-6 次  7 次
2. 性別： 男性  女性
3. 婚姻： 未婚  已婚  離婚  喪偶
4. 生日：民國\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月
5. 職業： 農、林、漁、礦業  工商服務業  軍公教  學生  醫護人員  
 製造業  其他\_\_\_\_\_

### 第二部分 飲食涉入

請依您飲食涉入的情形回答下列問題，並依自己的認同程度勾選。	1 非常 不同意	2 不 同意	3 普 通	4 同 意	5 非 常 同 意
1. 我會關心食用健康早餐	<input type="checkbox"/>				
2. 準備健康早餐是有趣的	<input type="checkbox"/>				
3. 我喜歡討論或是享用健康早餐	<input type="checkbox"/>				
4. 相較於每日其他要做的事情，攝取健康早餐十分重要	<input type="checkbox"/>				
5. 去旅行時我會期望能吃到健康的早餐	<input type="checkbox"/>				
6. 吃完健康早餐後我會整理用餐環境	<input type="checkbox"/>				
7. 我喜歡烹煮健康的早餐	<input type="checkbox"/>				
8. 我喜歡與朋友討論健康早餐的議題	<input type="checkbox"/>				
9. 我喜歡將食物混合在一起食用	<input type="checkbox"/>				
10. 我負責自己健康早餐飲食的採買	<input type="checkbox"/>				
11. 我會洗碗或清理桌面	<input type="checkbox"/>				
12. 我在乎桌面是否有整齊的擺設	<input type="checkbox"/>				

### 第三部分 健康早餐飲食態度與意願

請依您對健康早餐飲食態度與意願回答下列問題，並依自己的認同程度勾選。	1 非常不同意	2 不同意	3 普通	4 同意	5 非常同意
1.我相信吃健康早餐飲食讓我維持體態	<input type="checkbox"/>				
2.我相信健康早餐飲食可以保持營養均衡	<input type="checkbox"/>				
3.吃健康早餐飲食有益我的健康	<input type="checkbox"/>				
4.健康早餐飲食對我而言是重要的	<input type="checkbox"/>				
5.在我每天的飲食中，健康早餐是必要的	<input type="checkbox"/>				
6.我享受健康早餐飲食的口味	<input type="checkbox"/>				
7.我認為吃健康早餐飲食可以滿足味覺的享受	<input type="checkbox"/>				
8.我認為一般人會喜歡健康早餐的味道	<input type="checkbox"/>				
9.儘管我不喜歡健康早餐的味道，但我仍會選擇健康早餐	<input type="checkbox"/>				
10.健康早餐的味道符合我的期待	<input type="checkbox"/>				
11.健康早餐店食物的味道相較於一般早餐店食物的味道更美味	<input type="checkbox"/>				
12.當我想以食物來獎勵自己時，我會選擇健康早餐	<input type="checkbox"/>				
13.我會有購買健康早餐的意願	<input type="checkbox"/>				
14.我會願意推薦健康早餐給其他人	<input type="checkbox"/>				
15.我對於健康早餐給予正面口碑評價	<input type="checkbox"/>				

問卷結束，謝謝您的填答！

## 附錄二 Google 表單

# 健康早餐飲食涉入對飲食態度與意願 影響之研究

親愛的先生/小姐您好：

本研究目前正在探討「健康早餐飲食涉入對飲食態度與意願影響之研究」，懇請您能撥冗填寫。本問卷僅作為學術研究之用，所有資料採不記名方式，絕不對外公開，請您安心填寫！您的寶貴意見，將是本次研究能否順利完成的最大關鍵，感謝您熱心的協助與支持。

敬祝

身體健康 萬事如意

指導教授：李貴宜 敬啟

研究生：林庭萱 敬上

聯絡方式：

繼續

### 第一部分 基本資料

1. 平均每周吃幾次早餐： \*

- 0次
- 1-3次
- 4-6次
- 7次

2. 性別： \*

- 男性
- 女性

3. 婚姻： \*

- 未婚
- 已婚
- 離婚
- 喪偶
- 其他： \_\_\_\_\_

4. 年齡： \_\_\_\_\_ 歲 \*

您的回答 \_\_\_\_\_

## 第二部分 飲食涉入

請依您飲食涉入的情形回答下列問題，並依自己的認同程度勾選。

\*

	1非常不同意	2不同意	3普通	4同意	5非常同意
1.我會關心食用健康早餐	<input type="radio"/>				
2.準備健康早餐是有趣的	<input type="radio"/>				
3.我喜歡討論或是享用健康早餐	<input type="radio"/>				
4.相較於每日其他要做的事情，攝取健康早餐十分重要	<input type="radio"/>				
5.去旅行時我會期望能吃到健康的早餐	<input type="radio"/>				
6.吃完健康早餐後我會整理用餐環境	<input type="radio"/>				
7.我喜歡烹煮健康的早餐	<input type="radio"/>				
8.我喜歡與朋友討論健康早餐的議題	<input type="radio"/>				
9.我喜歡將食物混合在一起食用	<input type="radio"/>				
10.我負責自己健康早餐飲食的採買	<input type="radio"/>				
11.我會洗碗或清理桌面	<input type="radio"/>				

### 第三部分 健康早餐飲食態度與意願

★

	1非常不同意	2不同意	3普通	4同意	5非常同意
1.我相信吃健康早餐飲食讓我維持體態	<input type="radio"/>				
2.我相信健康早餐飲食可以保持營養均衡	<input type="radio"/>				
3.吃健康早餐飲食有益我的健康	<input type="radio"/>				
4.健康早餐飲食對我而言是重要的	<input type="radio"/>				
5.在我每天的飲食中，健康早餐是必要的	<input type="radio"/>				
6.我享受健康早餐飲食的口味	<input type="radio"/>				
7.我認為吃健康早餐飲食可以滿足味覺的享受	<input type="radio"/>				
8.我認為一般人會喜歡健康早餐的味道	<input type="radio"/>				
9.儘管我不喜歡健康早餐的味道，但我仍會選擇健康早餐	<input type="radio"/>				
10.健康早餐的味道符合我的期待	<input type="radio"/>				
11.健康早餐店食物的味道相較於一般早餐店食物的味道更美味	<input type="radio"/>				