

第五章 結論與建議

第一節 結論

本研究的結論如下：

一、研究對象之現況分析

(一) 研究對象優酪乳飲用及購買行為之現況

1. 飲用行為

603 位研究對象中有 399 人在最近三個月內有喝過優酪乳，優酪乳主要來源是「家人購買」，所喝優酪乳多數是「含糖」的，飲用頻率最多的是「3 週一次或更久」，飲用容量分佈最多的是「200~250ml」，最常飲用優酪乳的情況是「想到就喝」。

2. 購買行為

603 位研究對象中有 339 人在最近三個月內有買過優酪乳，最常購買的品牌是「養樂多」，大多數國中生偏好的口味是「原味」，購買容量分佈最多的是「200~250ml」，購買優酪乳最主要的動機是「好喝」，獲得優酪乳訊息的主要來源是「電視廣告」，最常購買優酪乳的地點是「便利商店」。

(二) 研究對象對優酪乳產品屬性重視程度最高的前三項依序為製造

日期和保存期限、健康食品認證標章、口味喜好。

(三) 研究對象健康促進生活型態整體執行情形，介於「有時如此」至

「經常如此」之間，各類分量表之執行情形由高而低依序為「人際支持」、「自我實現」、「壓力處理」、「運動」、「營養」、「健康責任」。

二、優酪乳飲用及購買行為之背景因素分析

- (一) 有喝優酪乳者以女生較多、家庭社經地位較高。
- (二) 有買優酪乳者以女生較多。

三、個人背景因素與產品屬性因素、健康促進生活型態之關係

整理如下表，其中有顯著關係者，以「*」代表。

自變項 依變項	年級	性別	在學校獲得優酪乳相關知識	每週零用錢	家庭社經地位
健康取向	*		*		
廣告促銷			*		
便利實惠					
健康促進生活型態	*		*		*
營養					*
人際支持	*	*	*		*
健康責任			*		
自我實現	*				*
運動	*	*			
壓力處理			*		

四、優酪乳飲用及購買行為之重要預測變項

- (一) 國中生個人背景因素中的「社經指數」、健康促進生活型態中的「人際支持」和「健康責任」三個變項可以有效預測與解釋國中生是否飲用優酪乳，且能夠預測有喝優酪乳的正確百分比為

96.7%。

(二) 健康促進生活型態中的「健康責任」和產品屬性因素的「便利實惠」兩個變項可以有效預測與解釋國中生是否購買優酪乳，且能夠預測有買優酪乳的正確百分比為 78.8%。

第二節 建議

根據前述研究結果，並綜合討論與結論，提出以下建議，俾供教育單位、政府相關單位及未來研究者之參考。

一、給教育單位之建議

本研究發現國中生健康促進生活型態以健康責任表現較差，由此可知，國中生對自己健康負責的態度仍未建立，因此建議學校衛生保健人員，開設健康促進相關課程、落實學校教學正常化，增強學生自我照顧的能力，進而培養學生對健康負責任的態度。

本研究結果發現，在學校健體課程有獲得優酪乳相關知識的學生，其健康促進生活型態整體執行情形較佳，在消費優酪乳時，對於製造日期和保存期限、健康食品認證標章、營養成分等與健康有關的因素也較為重視。因此，教育單位不可忽略營養教育的重要性，透過營養教育的方式來增進學生對優酪乳的知識，讓學生了解乳酸菌對人體健康的好處、腸道保健的重要性，認識健康食品認證標章及優酪乳添加物的效

果；再者，行政人員和教師也可以利用非正式教學時間，例如班會或週會來討論飲用優酪乳之得失、參觀製造優酪乳的工廠、學習自己做決定並能批判性思考，以提升學生購買優酪乳的行動力，進而適當飲用優酪乳，做一個明智的消費者。

二、給政府相關單位之建議

優酪乳不但具有鮮乳的營養價值，更擁有醫學證實的保健功效，為了國人的健康，政府應協助全面推廣有關優酪乳的正確認知，讓國人接納此健康乳品。建議教育當局可將優酪乳相關知識納入健體課程，以傳遞學生優酪乳相關訊息；衛生局可以向民眾推廣飲用優酪乳的益處，增加民眾對優酪乳的認知，教育民眾如何選購優酪乳，例如盡量選擇不加糖之優酪乳，並鼓勵業者推出更健康的優酪乳產品，使健康的選擇變成容易的選擇。

三、給未來研究者之建議

本研究受限於人力、物力、財力之考量，只以台北縣新莊市國中生為研究對象，因此研究結果無法推論至其他縣市的國中生，未來的研究者可考慮擴大至其他年齡層的消費者，或是擴大至不同地區的學生進行研究。此外，也可以針對國中生及成人來做比較，以探討其優酪乳消費行為的差異。

本研究僅就年級、性別、在學校健體課程中是否獲得優酪乳相關知

識、每週零用錢、家庭社經地位、健康促進生活型態及產品屬性重視程度對優酪乳消費行為進行探討，建議後續研究可以增加其他變項，作更深入的研究。

在研究工具方面，本研究之量表經過專家效度及信度考驗，惟運動分量表信度偏低，可能是因為題數過少所導致，建議未來研究者針對此部分加以改進。另外，本研究採橫斷式研究，無法深入探討健康促進生活型態和國中生優酪乳消費行為之間的因果關係，建議未來研究可以進行長時間的追蹤研究，以了解影響國中生優酪乳消費行為之重要因素，或進一步做教育介入，以增進國中生之健康促進生活型態及優酪乳飲用行為。