

中國文化大學生活應用科學研究所

碩士論文

桃園縣國中學生飲用含糖飲料消費行為之研究



指導教授：林慧生博士

研究生：李恩鈺

中華民國 97 年 12 月

中國文化大學生活應用科學研究所
Graduate Institute of Applied Science of Living
Chinese Culture University

碩士論文

Master's Thesis

桃園縣國中學生飲用含糖飲料消費
行為之研究

A study of the sugar-sweetened beverage
intake and its purchasing behavior among
junior high school Students in Taoyuan
County

指導教授：林慧生博士 (Hewi-Shen Lin, Ph. D)

研究生：李恩鈺 (En-Yu Liu)

中華民國 97 年 12 月

December, 2008

誌 謝

感謝文化大學提供在職進修的管道，讓我在教學之餘，能有充電的學習場所，重溫學生生活。在修課期間，要感謝生應所的所有老師們辛勞教導，使得我在個人學識方面增進許多。

在研究過程中我要感謝我的指導教授林慧生老師，總是耐心的指導我進行論文的修改，特此致上最深摯的謝意。同時要感謝論文口試委員陳志銘老師及謝建正老師在公務繁忙中撥空給予我的論文審查及寶貴的意見，使得本論文能順利完成。

在問卷設計上，謝謝鍾國俊老師、李暉珣老師、張惠媚老師等提供許多珍貴建議。此外，深深感謝大園國中宋美君老師、大溪國中、韓美瑛老師、同德國中呂麗芬老師、建國國中蘇美榕老師、凌雲國中楊筱玉老師及參與問卷施測的學生們，在施測期間不計一切熱心地協助與配合。

最後，要感謝我的爸爸、媽媽、妹妹與先生，在研究期間給予我最大關懷與照顧，特別是先生不斷的鼓勵我，讓我能全心全力投入研究的進行及論文的撰寫。

在此願將所有的喜悅分享給所有關心我的人。

李恩鈺 謹誌

九十七年十二月

摘要

健康是人生最大的財富，而國中生正值發育階段，且自行消費能力漸增，故個人的健康觀念與飲食行為在此時期為關鍵時刻。現今國中生極易取得含糖飲料，但飲用含糖飲料對學生健康有不良的影響。本研究旨在瞭解國中生含糖飲料之消費量，並探討背景因素、內外因素、含糖飲料消費知識及拒絕飲用含糖飲料自我效能與含糖飲料消費行為間的關係。本研究以桃園縣九十七學年度國中學生為母群體，經立意取樣選出五所學校，有效樣本為 505 人。

研究結果發現，研究對象年級越高，含糖飲料知識越豐富。年級越低，拒絕含糖飲料自我效能越高。零用錢越少者，拒絕飲用含糖飲料自我效能就越高。而社經地位越高者，拒絕飲用含糖飲料自我效能也越高。在社會支持方面，以來自親人曾購買含糖飲料請研究對象飲用較多。影響飲用含糖飲料行為的變項中，「自我效能」、「營養知識」、「自覺體型」、「同儕影響」、「家長影響」、「學校老師影響」、「電視廣告」可解釋飲用含糖飲料行為 20% 的變異量。其中以「同儕影響力」對學生飲用含糖飲料行為之預測力最大。

本研究建議(1)加強教導學生如何正確選擇有利的飲料來飲用，並利用營養午餐的規劃宣導，或營養教育介入與設計教學活動的方式，強化學生之正向態度，使學生能有正確飲用含糖飲料的觀念。(2)

家庭教育在飲用行為上亦扮演重要角色，家長可為學生準備水壺、早餐飲品，並協助學生培養正確的含糖飲料飲用觀念與零用錢的正確使用觀念。

關鍵字：國中學生、含糖飲料、消費行為



Summary

The health is the largest wealth in life. The junior school student is on the occasion of development stage, and their consuming capacity is increasing. So it's the crucial moment for personal health concept and diet behavior. The Junior school student is easily to get sugar-sweetened beverages now, but sugar-sweetened beverages is bad for healthy. The purposes of this research are to realize the junior school students' sugar-sweetened beverages drinking behavior and its key factors, the relative of the background factor, internal and external factor, sugar-sweetened beverages consumption knowledge and the self - efficiency of refusing to drink. The questionnaire method was adopted for this research and the intended subjects are the junior school students in Taoyuan County in 2008 , selecting five schools through taking a sample in conception, There are 505 valid questionnaires returned.

The result shows that the higher grade, the more sugar-sweetened beverages knowledge. The lower grade is, the higher self-efficiency to refuse sugar-sweetened beverages. The less pocket money students are , the higher self-efficiency to refuse sugar-sweetened beverages. And the higher society position is, the higher self-efficiency to refuse sugar-sweetened beverages. Self-efficiency 、 nutrition knowledge 、 the conscientious size 、 generation influence 、 parents influence 、 teacher influence 、 television advertising can explain 20% of Sugar-sweetened beverages behavior.

The researcher recommended:(1) Educational institutions can improve how to choose the beverage, utilize planning of the nutrition lunch to declare and lead correctly, or educate and get involved and

design the way of the teaching activity in nutrition, enable student to drink sugar-sweetened beverages correctly. (2)The family education also plays an important role in drinking the behavior, parents can prepare the kettle, breakfast drink, help students to train correct beverage behavior.

Keywords: junior school students, sugar-sweetened beverage, health behavior



目 錄

誌謝

中文摘要

英文摘要

表目錄

圖目錄

第一章 緒論 1

第一節 研究背景與動機 1

第二節 研究目的 8

第三節 研究問題 9

第四節 名詞釋義 10

第五節 研究範圍與限制 12

第二章 文獻探討 13

第一節 含糖飲料之分類 13

第二節 國中學生飲用含糖飲料之情況 20

第三節 含糖飲料飲用行為之影響因素 23

第四節 消費行為理論之相關研究 39

第三章 研究方法 44

第一節 研究架構 44



第二節	研究假設	45
第三節	研究流程	47
第四節	研究工具	50
第五節	研究對象	53
第六節	資料處理與分析	55
第四章	研究結果與討論	58
第一節	研究樣本的個人基本資料	58
第二節	研究對象的描述性統計	63
第三節	研究對象飲用含糖飲料的現況	76
第四節	背景因素與各變項的關係	81
第五節	個人內外影響之關係及其對含糖飲料行為之探討 ..	101
第五章	結論與建議	104
第一節	結論	104
第二節	建議	107
參考文獻	110	
附錄一 問卷	119	

表 目 錄

表 1-1-1 各國11歲兒童每天會喝飲料的比例	02
表 2-3-1 性別變項研究列表	23
表 2-3-2 年級變項研究列表	26
表 2-3-3 電視廣告變項研究列表	37
表 3-3-1 預試問卷信度係數分析表	51
表 3-5-1 桃園縣各級學校人數	53
表 3-5-2 問卷調查正式發放學校各校人數分配	54
表 3-6-1 本研究各變項之操作定義及計分方法	55
表 4-1-1 研究樣本之背景因素資料之分佈 (N=505)	62
表 4-2-1 含糖飲料知識答對題數之分佈情形	64
表 4-2-2 含糖飲料知識各題填答之分佈情形	65
表 4-2-3 拒絕飲用含糖飲料自我效能各題之分佈情形	67
表 4-2-4 含糖飲料社會支持之各題分佈情形～同儕	70
表 4-2-5 含糖飲料社會支持之各題分佈情形～家長	72
表 4-2-6 含糖飲料社會支持之各題分佈情形～教師	73
表 4-2-7 含糖飲料電視廣告影響力各題分佈情形	75

表4-3-1	含糖飲料飲用行為量表分佈情形	77
表4-3-2	上週含糖飲料飲用次數一覽表	79
表4-4-1	背景因素變項與含糖飲料知識之關係	83
表4-4-2	背景因素變項與拒絕飲用含糖飲料自我效能之關係...	85
表4-4-3	背景因素變項與自覺體型之關係	87
表4-4-4	背景因素變項與社會支持-同儕之關係	89
表4-4-5	背景因素變項與社會支持-家長之關係	90
表4-4-6	背景因素變項與社會支持-學校老師之關係	91
表4-4-7	背景因素變項與含糖飲料媒體影響力之關係	92
表4-4-8	背景因素變項與含糖飲料消費類別之關係	94
表4-4-9	背景因素變項與含糖飲料消費頻率之關	96
表4-4-10	背景因素變項與每次含糖飲料消費的金額之關係	98
表4-4-11	背景因素變項與每週含糖飲料消費數量之關係	100
表4-5-1	個人內在影響與外在影響之相關分析矩陣	101
表4-5-2	飲用含糖飲料行為之多元迴歸分析	103

圖目錄

圖 1-1-1 孩子單日飲用飲料平均量	02
圖 2-3-1 整全消費行為模式	31
圖 2-4-1 兒童消費行為社會化模式	40
圖 2-4-2 E.K.B模式	42
圖 3-1-1 研究架構圖	44
圖 3-4-1 研究流程圖	47



第一章 緒論

本章共分為五節，第一節敘述本研究之背景與動機；第二節說明本研究之目的；第三節提出本研究之問題；第四節為本研究之相關名詞解釋；第五節為本研究之範圍與限制。

第一節 研究背景與動機

近年來國內飲食習慣有明顯改變，由兒童福利聯盟文教基金會(2007)調查發現，近四成五(44.7%)的孩子每天至少都會喝1瓶飲料，有的孩子甚至一天喝超過3瓶飲料。對照世界衛生組織(WHO, 2007)調查各國兒童喝飲料習慣的調查結果，台灣孩子每天喝飲料的比率高居世界第二，僅次於以色列(52%)，甚至比美國(39.6%)、英國(37.1%)還要來得高(見表1-1-1、圖1-1-1)。

表1-1-1 各國11歲兒童每天會喝飲料的的比例

國 家	11歲兒童每天會喝飲料的的比例
以色列	52.0%
台灣	44.7%
蘇格蘭	43.9%
美國	39.6%
英國	37.1%
法國	27.7%
德國	26.6%
義大利	23.6%
丹麥	7.4%
芬蘭	6.1%

資料來源：世界衛生組織（WHO, 2007）

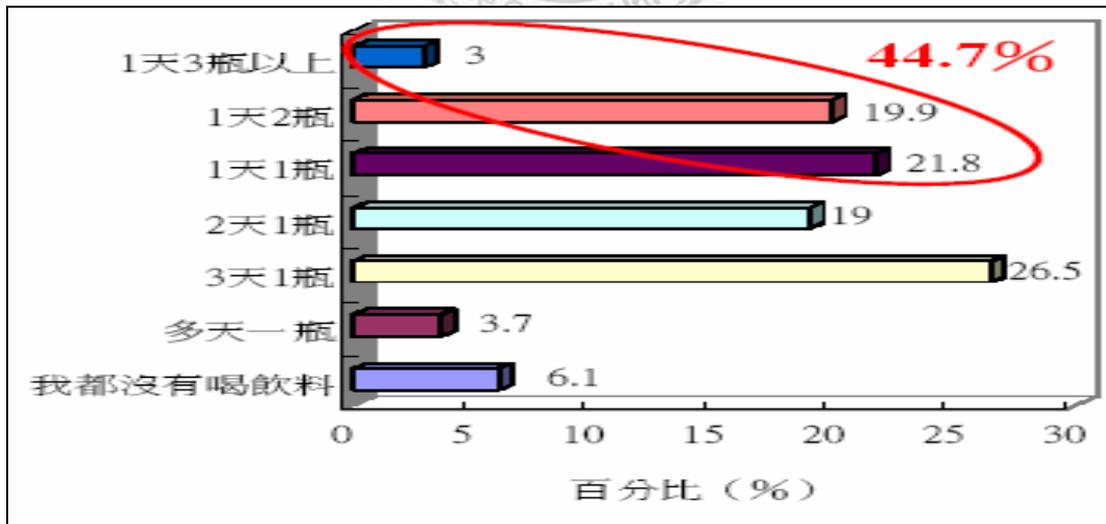


圖1-1-1：孩子單日飲用飲料平均量

資料來源：兒童福利聯盟文教基金會(2007)

曾明淑、高美丁、葉文婷、潘文涵(1999)於1993-1997年進行第三次全國營養調查，結果顯示，含糖飲料攝取頻率無論是男性或女性均以青少年為最高。對於含糖飲料的攝取頻率(汽水、可樂、沙士、運動飲料等)男生平均一星期5.0次，女生約2.4次，早餐喝飲料的比率，4-12歲者約大於15%，其中7歲以上者有增加的趨勢，10歲以上者更達約26%，而青少年午晚餐喝飲料的比率為5-16%，喝飲料的比率隨年齡增加而增加。Duff(1999)提到孩童飲用碳酸飲料的比率最高，且孩童喜歡嘗試新飲料。劉貞秀(2007)以高職餐飲科學生為研究對象調查顯示，有九成以上的研究對象表示過去一週曾飲用過「茶飲料」。此外，有四成以上的研究對象在過去一週曾飲用「調味乳」、「乳酸飲料」、「非百分之百純蔬果汁」及「碳酸飲料」。李坤霖(2004)以國小高年級學童為研究對象，有半數以上的學童表示在過去一週曾飲用過「奶茶」、「非百分之百純蔬果汁」、「乳酸飲料」、「紅茶」、「運動飲料」，顯示有一半以上的學童於過去一週內對此五種含糖飲料的飲用次數在1次以上。單文珍(2003)以國中學生為研究對象，在含糖飲料消費量方面，研究對象平均每星期約喝1716 cc。吳芳菁(2000)以國中學生為研究對象，發現受試學生平均每週飲用200-500c. c.之飲料7.9罐。

兒童與青少年自行消費的能力隨著零用錢增加而提高，消費行為以及消費類型也改變很大，在選擇上愈來愈能夠自己選定所要喝的飲料，但飲料的選擇會影響兒童的健康，市售的含糖飲料包括碳酸飲料、運動飲料、茶飲料、咖啡飲料、蔬菜果汁飲料等。不論飲料的口味是微甜、稍甜，主要的成分都含有葡萄糖或蔗糖，喝多了體內的熱量增加，容易轉換成脂肪，囤積後形成肥胖。兒童福利聯盟文教基金會(2007)觀察發現市面上飲料的熱量，以「乳酸菌飲料」、「奶茶類」、「調味乳」和「果汁類」的熱量最高，每 100c. c. 熱量就高達 50 大卡以上。台北榮民總醫院營養部指出 10-12 歲的孩子每天需要的熱量，男生需 2,200 卡，女生需 2,250 卡。若孩子喝一杯 600c. c. 的奶茶，其熱量就佔了每日所需熱量的 16%；如果孩子喝了三杯奶茶，就攝取將近每日所需熱量的一半。一瓶含糖飲料，含有約 6~8 茶匙的糖，較酸的飲料含有約 10 茶匙的糖，微甜的飲料也含有約 3 茶匙的糖。如果一天喝易開罐含糖飲料一瓶，增加約 150 卡熱量，一年下來若無法適當代謝掉，將會使體重增加 5~7 公斤。

含糖飲料除了熱量問題，還會引發其他健康問題，如傷胃、降低食慾造成營養不良、影響骨骼、引起蛀牙等，而運動飲料也會增加腎臟負擔。Ohio AAP (2003) 指出兒童喝含糖飲料及過量的果汁會導致兒童營養失去均衡以及齲齒等問題。康健雜誌(2007)研究亦指出每天

喝一瓶含糖飲料，未來罹患糖尿病的機率會增加 1.6 倍。美國哈佛大學研究報告(2008)指出，每人每天喝超過一瓶含糖飲料，不僅會造成肥胖問題，而且得第二型糖尿病的危險也比正常人多了 87%。此外，英國醫學雜誌(2008)更指出含糖飲料會導致男性痛風。許多研究也證實小孩喝含糖飲料與兒童肥胖有關 (Ludwig , Peterson & Gortmaker, 2001 ; Huffman,1997 ; Dennison & Rockwell,1997) 。國外研究發現，自 1980 年至 1994 年美國兒童肥胖症者增加了 100% (Troiano , Flegal , Kuczmarski , Campbell & Johnson ,1995) 。美國波士頓大學兒童醫院的研究小組(2006)所進行的全球第一項針對含糖飲料與兒童及青少年肥胖的長期研究發現，兒童與青少年若一天多喝一罐含糖飲料，肥胖機率將增加 60%。而依據行政院衛生署於 1997-2002 年委託中央研究院辦理「第二次國民營養健康狀況變遷調查」針對台灣地區國小學童進行營養調查，研究顯示發現 6-12 歲兒童體重過重占 15% (男生 15.5%，女生為 14.4%)；肥胖比率占 12% (男生 14.7%，女生 9.1%)，男學童的熱量及多種營養素(除維生素 C 之外)攝取量均較女學童高，約有一半學童的脂肪攝取過高。教育部於 2005 年所做「國民中小學學生健康狀況調查」，研究顯示 6-12 歲學生體重過重占 14.9% (男生 15.85%，女生為 14.02%)，肥胖比率占 10.3% (男生 10.92%，女生為 9.73%)。肥胖已不僅是成人的疾病，對兒童

的影響更大，兒童的肥胖會直接影響兒童的生長、社會心理發展，兒童期之肥胖更會在成年時造成高脂血症、高血壓、糖尿病和動脈硬化等，增加成年後相關慢性病的罹病率和死亡率。

古欣卉(2006)指出碳酸飲料易刺激胃酸分泌傷害胃，也易引起腹脹，降低食慾，影響正常飲食攝取。長期飲用，其中所含磷酸，也會抑制鈣質吸收，不利學童骨骼及身高正常的發育。攝取糖份真的對人體健康造成很大的威脅，要是長年大量攝取糖份，胰臟便失去精確控制血糖的能力，往往會對糖的存在做出過度反應，而導致血糖過高或過低。

Mahshid Pirouznia (2001) 認為有許多的因素都會影響青少年飲用含糖飲料的消費行為，例如：生理的需要、身體的概念、食物喜好（偏愛）、父母的習慣、同儕的壓力、媒體廣告、社會的規範、速食、個人經驗…等。因此，青少年若沒有正確的飲食觀念及習慣，在生長發育過程中可能會產生不良的影響，所以教導青少年正確選用有益的飲料，養成良好飲食行為是件重要課題。(Jennifer, 2000；胡蘭沁，2002；楊佳欣，2003；李淑靜，2003；朱珮君，2005)。

此外，近五年來以學生為對象探討含糖飲料的消費行為之研究增加(李坤霖，2004；胡心怡，2005；楊淑苓，2005；古欣卉，2006；

劉貞秀，2007)，顯示出含糖飲料消費行為的重要性，然過去研究所探討的消費行為僅針對行為次數、數量或容量做為探討方向，而本研究為有效瞭解國中學生對含糖飲料的消費行為，以含糖飲料消費種類、含糖飲料消費頻率、含糖飲料消費地點、每次含糖飲料消費的金額、每次含糖飲料消費的數量，做為積極探討購買含糖飲料消費行為的準則。期望藉由此研究可以瞭解國中學生購買含糖飲料受到哪些因素影響，也可以讓家長及老師們更瞭解學生的消費行為，進而養成正確的飲食習慣。



第二節 研究目的

綜上所述，本研究以桃園縣國中學生為例，主要目的在於了解桃園縣國中學生飲用含糖飲料消費行為之現況，並探討個人背景變項、個人內在影響因素、個人外在影響因素與含糖飲料消費行為之關係，具體的研究目的如下：

- 一、瞭解桃園縣國中學生個人背景變項。
- 二、探討桃園縣國中學生個人背景變項與個人內在影響因素之間的差異。
- 三、探討桃園縣國中學生個人背景變項與個人外在影響因素之間的差異。
- 四、探討桃園縣國中學生個人背景變項與含糖飲料消費行為之間的差異。
- 五、探討桃園縣國中學生個人內在影響因素與含糖飲料消費行為之間的影響關係。
- 六、探討桃園縣國中學生個人外在影響因素與含糖飲料消費行為之間的影響關係。
- 七、提供社會、家庭、學校、學生認識國中學生的含糖飲料消費行為，進而指導國中學生具備正確的飲料飲用的健康概念，減少不健康的飲食行為與降低肥胖率。

第三節 研究問題

根據研究目的，本研究提出以下問題：

1-1 研究對象的個人背景變項如何？

2-1 研究對象的個人內在影響因素是否因個人背景變項不同而有差異？

3-1 研究對象的個人外在影響因素是否因個人背景變項不同而有差異？

4-1 研究對象的含糖飲料消費行為是否因個人背景變項不同而有差異？

5-1 研究對象的個人內在影響因素與含糖飲料消費行為之間的關係如何？

6-1 研究對象的個人外在影響因素與含糖飲料消費行為之間的關係如何？



第四節 名詞釋義

- 一、 國中學生：97 學年度第一學期就讀於桃園縣公私立國中在學學生。
- 二、 含糖飲料：市面上所販售之不論包材(如：鋁箔包、紙盒、易開罐、塑膠瓶、玻璃瓶等)含有糖分之飲料，包括「茶類、碳酸飲料、咖啡、純果汁、非百分之百純蔬果汁、運動飲料、調味乳、乳酸飲料、加味水」等九種飲料。
- 三、 含糖飲料消費行為：指桃園縣國中學生自我評估對於含糖飲料消費種類、含糖飲料消費頻率、含糖飲料消費地點、每次含糖飲料消費的金額、每次含糖飲料消費的數量、消費後滿意程度
- 四、 每週零用錢：指桃園縣國中學生平均一週內扣除三餐、交通費及繳交學校規定的費用等，可任意花費、支配的金錢。
- 五、 BMI(身體質量指數)：研究對象的體重(公斤)除以身高(公尺)之平方($BMI=Kg / m^2$)。
體重過輕： $BMI < 18.5$
理想體重： $18.5 \leq BMI < 24$
體重過重： $24 \leq BMI < 27$
肥 胖： $BMI \geq 27$ 或 男性腰圍 ≥ 90 公分；女性腰圍 ≥ 80 公分。
- 六、 自覺體型：研究對象對於自己體型感覺「很胖」、「稍胖」、「標

準」、「稍瘦」、「很瘦」等五類的主觀意識。

七、家庭社經地位：家庭設經地位指數計數，以父母二人中之教育程度與職業程度較高者為代表。計算時，參照 Hallingshead (1957) 兩因素社會地位指數 (Two-factor index of social position) 方法，將教育指數乘以 4，職業指數乘以 7，根據兩數之和區分為五個等級，將 I 歸為高社經 (52-55)、II 歸為中高社經 (41-51)、III 歸為中社經 (30-40)、IV 歸為中低社經 (19-29)、V 歸為低社經 (11-18) (引自郭婉萍，2000)。

八、飲用含糖飲料自我效能：指研究對象自我評估在不同情境下(從事特定活動、便利飲用因素、負向情緒、生理需求等)拒絕飲用含糖飲料的把握度。

第五節 研究範圍與限制

一、研究範圍

本研究僅以九十七學年度第一學期就讀於桃園縣國中一至三年級學生為母群體，不包含夜間部及綜合高中國中部，故研究結果無法推論至其他縣市的國中學生。

二、研究限制

本研究過程因受限於人力、物力、時間等因素，仍有一些難以避免的研究限制，茲說明如下：

1. 本研究施測時間為 97 年 8 月~9 月，劉貞秀（2007）發現不同季節飲用含糖飲料行為之間的差異不大，探究其原因可能為溫室效應使氣候驟變、暖化，以及學校普遍裝設飲水機，以方便學生飲用白開水，且學生普遍認同白開水比含糖飲料更能解渴，故本研究將不探討不同季節的含糖飲料消費情形。
2. 由於市售含糖飲料種類眾多，本研究無法包含所有的飲料，僅對本研究所定義之類別進行調查。

第二章 文獻探討

本章共分為四節，第一節首先探討含糖飲料之分類；其次第二節回顧國中學生飲用含糖飲料之情況；第三節含糖飲料飲用行為之影響因素；第四節探討消費行為理論之相關研究。

第一節 含糖飲料之分類

對於飲料許多專家學者給予飲料不同的名稱，如不含酒精飲料、清涼飲料、軟性飲料等，對飲料的分類也有諸多不同，以下就各專家學者及研究對飲料之分類分述如下：

一、行政院衛生署（2008）在衛生法規中的「飲料類衛生標準」，

將飲料區分為：

(一)含有碳酸之飲料：

- 1.汽水。
- 2.果實水、果實汁、果實蜜及其他類似品。
- 3.可樂飲料。

(二)不含碳酸之飲料：

- 1.果實水、果實汁、果實蜜及其他類似製品。
- 2.含有咖啡、可可、茶或其他植物性原料之飲料。

(三)含有乳成分或乳製品之酸性飲料。

二、兒童福利聯盟文教基金會（2007）將飲料分為：奶茶類、運動飲料、綠、紅茶類、冰沙類、水果茶類、果汁類、乳酸菌飲料、碳酸飲料、調味乳咖啡、冰火、沙哇、其他。

三、劉貞秀(2007) 將飲料分為：市面上所販售之鋁箔包、紙盒、易開罐、塑膠瓶、玻璃瓶等有糖份之飲料，包含：茶飲料（紅茶、綠茶、奶茶、烏龍茶）、碳酸飲料（可樂、沙士、其他汽水）、咖啡、運動飲料、調味乳、乳酸飲料、非百分之百純蔬果汁、加味水等八種飲料。

四、古欣卉(2006) 將飲料分為：市面上所販售之鋁箔包、紙盒、易開罐、塑膠瓶、玻璃瓶、現賣現調式飲料等含有糖分之飲料，包括紅茶、綠茶、奶茶、烏龍茶、可樂、沙士、其他類汽水、咖啡、非百分之百純蔬果汁、運動飲料、調味乳、乳酸飲料、加味水、現調飲料（如現調養樂多加綠茶）等飲料。

五、楊淑苓（2006）將飲料分為：1. 包裝水、鮮乳或保久乳、無糖口味的茶。2. 乳酸飲料、調味乳、果汁。3. 運動飲料、碳酸飲料、含糖的茶、奶茶、加味水、咖啡。

六、王淑媛（2005）將飲料分為：

(一)含咖啡因的飲料

這類飲料屬於刺激性飲料，可提神醒腦具有興奮作用，但是飲用過量會上癮，反而有害身體。大致可分為下列幾種：

1.咖啡（Coffee）：咖啡是將咖啡豆經烘焙及研磨後，所沖泡出來的一種飲料，具有特殊的香味及苦味，含有咖啡因及單寧酸，喝了之後會刺激神經，提神醒腦，能暫時解除疲勞。咖啡的品種及生長環境的不同，而有不同的特性及味道，加上烘焙及沖

泡方法的不同，可調配出各式各樣的花式咖啡，如：卡布其諾(Cappuccino)、義式濃縮咖啡(Espresso)、拿鐵(Latte)、愛爾蘭咖啡(Irish Coffee) 等。

2.茶 (Tea)：茶葉乃是由茶樹上的嫩葉摘下來焙製而成的。因醱酵程度及製作方法的不同，可分為綠茶、包種茶、烏龍茶、鐵觀音、紅茶等，味道及香氣各有特色，但同樣都含有單寧酸及咖啡因，具有提神醒腦、興奮刺激的功效。綠茶屬於不醱酵茶，含有大量的維他命C；包種、烏龍、鐵觀音則屬半醱酵茶，為中國所特有，適合熱飲；紅茶為全醱酵茶，屬於世界性的飲料，可混合其他配料飲用，如奶茶、檸檬紅茶等，茶無論熱飲或冷飲皆可，變化很多。市面上販售的現成茶類冷飲更是五花八門琳瑯滿目。近年來茶飲料除了紅茶、綠茶、烏龍茶、奶茶基本口味之外，還推出健康概念的綠茶，添加膳食纖維、兒茶素等，產生了所謂的機能茶。

3.巧克力及可可 (Chocolate & Cacao)：巧克力和可可都是由可可樹上所結的種子—可可豆加工而來的。巧克力含有40~53%的脂肪，熱量相當高，同時也含有醣類、蛋白質、礦物質等，此外亦含有可可鹼、咖啡因等刺激性物質。巧克力熱飲時，通常是與熱牛奶混合飲用。可可粉脂肪含量低，多為即溶式，沖泡熱飲非常方便。

(二)果汁飲料

這類飲料種類很多，屬於包裝好的現成飲料，是所有包裝飲料中稍有營養價值的一種，又可分為下列幾種：

1.濃縮果汁：新鮮水果榨汁後經濃縮者，通常加有糖、色素、防腐劑、香料、人工甘味等，飲用時需加以稀釋5~10 倍。

- 2.純天然果汁或蔬菜汁：100%天然果汁，不稀釋、不濃縮、不醱酵、不含人工色素及香料，亦有由濃縮果汁還原的。
- 3.稀釋天然果汁或蔬菜汁：30%以上原汁，可加糖、檸檬酸、維生素C、食用色素、香料等。
- 4.果汁飲料或果菜汁飲料：原料含量在6~30%之間，又可分為10%以下、10~20%、20~30%三級。
- 5.醱酵果汁飲料：水果醱漬醱酵後，壓搾所得之果汁，再稀釋後飲用。

(三)碳酸飲料

此類飲料是飲用水中添加二氧化碳和一些人工香料、甜味劑、酸味劑、著色劑等所製成的飲料，因有氣泡，飲用後感覺清涼舒暢。碳酸飲料基本上可分為二類：

- 1.不含香料之碳酸飲料：飲用水中加入二氧化碳，但不含人工香料或任何天然香料，最常見的是蘇打水（Soda Water），而一般汽水則除了二氧化碳外，還添加了糖水。
- 2.含香料之碳酸飲料，包括下列三種：
 - (1)含有水果香料之碳酸飲料：這類飲料種類很多，如檸檬汽水、橘子汽水等，添加了食用香精及色素，模仿各種水果的顏色和味道。
 - (2)含果汁之碳酸飲料：在汽水中添加一定成分的果汁，含有少量的營養素，是比較受歡迎的汽水類。
 - (3)含有植物種子、葉子或根部成分之碳酸飲料：著名的「可口可樂」即是將多種香料加上可樂糖漿（含砂糖、色素、可樂果實抽出液、磷酸、咖啡鹼）再加入二氧化碳而成的，由於可樂果實中含有咖啡因。因此也具有興奮提神的作用，廣受大眾的歡

迎。除了可樂（Cola）之外，還有沙士（Sarsaparilla）、薑汁汽水（Ginger Ale）、通寧水（Tonic Water）等。沙士具有消暑解熱、降低火氣，促進新陳代謝的功效。薑汁汽水含生薑成分。通寧水則含有奎寧的成分，薑汁汽水和通寧水常用來調配雞尾酒。

(四)機能性飲料

此類飲料除了包含一些營養素之外，又經過加工，添加一些成分，標榜可以促進人體的新陳代謝或預防疾病等功效，如近年來十分流行的運動飲料、纖維（高纖）飲料、含鈣飲料、有氧飲料等都屬於此類。運動飲料主要含有糖、二氧化碳、鈉、鉀、鎂等，適合於激烈運動大量流汗後飲用。可補充電解質及體力，但若經常飲用，恐會造成腎臟的負擔；含鈣飲料則標榜添加各種鈣質，有益健康；有氧飲料是指飲料中的成分可以增加人體的攝氧量，有益新陳代謝。

(五)乳品飲料

此類飲料是最具營養價值的飲品，又可分為下列幾項：

- 1.鮮乳：是指生乳經高溫殺菌處理後的乳汁，又可分為全脂、低脂、脫脂及強化乳等。
- 2.調味乳：以50%以上的鮮乳為主要原料，再添加調味料、香料所製成，如果汁牛乳、咖啡牛乳等。
- 3.發酵乳：以生乳為原料，加入乳酸菌或酵母菌之乳品，因加工處理方法的不同，又可分為優格、優酪乳、乳酸菌飲料（如養樂多、益菌多等），及可常溫保存的稀釋調味的乳酸飲料（如可爾必斯）等。
- 4.保久乳：生乳經高溫或高壓滅菌後，以罐裝、瓶裝或盒裝之製

品，可在常溫中貯存六個月。

(六)礦泉水、蒸餾水、機能水和加味水

礦泉水來自地殼深處，沒有汙染的天然水，富含人體所需之微量元素，是有益健康的天然水，國外對於礦泉水的規定相當嚴格，除非是在天然狀態下含有的可溶性礦物質，才可稱之為天然的礦泉水，法國有一種非常有名的礦泉水“Perrier”，是一種含有天然氣泡的礦泉水。國內近年來，各種廠牌的礦泉水充斥市面，則多屬於人工的礦泉水，亦即在優質的泉水或蒸餾水中，加入各種無機鹽。

蒸餾水是指經過蒸餾出來的純水，不含任何礦物質。目前市面上販售的飲用水，除了礦泉水外，還有蒸餾水、純水中加入鈣離子的鈣離子水、加入微量元素、纖維素或竹炭的加料機能水、以及加入香料的加味水。

七、胡心怡(2005)將飲料分為：礦泉水、牛奶、調味乳、碳酸飲料、茶類飲料、蔬果汁、咖啡、運動飲料。

八、李坤霖(2004)將飲料分為：市面上所販售之鋁箔包、紙盒、易開罐、塑膠瓶、玻璃瓶等含有糖分之飲料，包括紅茶、綠茶、奶茶、烏龍茶、可樂、沙士、其他類汽水、咖啡、非百分之百純蔬果汁、運動飲料、調味乳、乳酸飲料、加味水等十三種飲料。

九、單文珍(2003)將飲料分為：碳酸飲料、茶飲料、運動飲料、咖啡及蔬果汁。

十、李淑靜(2003)將飲料分為：乳製品飲料(鮮奶、優酪乳等)、礦泉水、純果汁以及含糖飲料等。

十一、蔡佩珊 (2001) 將飲料分為：目前市售的鋁箔包、易開罐、寶特瓶、玻璃瓶罐等，除了色素、香料和一些化學添加劑以外，主要就是糖水的飲料，依照內容物分為以下四類：1、茶類飲料。2、碳酸飲料。3、咖啡飲料。4、運動飲料。

十二、Rampersaud, G. C., Bailey, L. B. & Kauwell, G. P. A.(2003)將飲料分類為：100%純果汁、碳酸飲料、含糖果汁、牛奶。

十三、Shanthy, A. (2002)將飲料分類為：調味乳、牛奶、單項水果果汁、綜合果汁、健怡汽水、含糖果汁、茶飲料。

十四、Ludwig, D. S., Peterson, K. E., & Gortmaker, S. L.(2001)將含糖飲料分為三類：蘇打水、果汁飲品、冰茶。

十五、Rosemary Duff (1999) 的研究將孩童常喝的飲料分為：碳酸飲料、牛奶、茶、咖啡、新鮮果汁、稀釋果汁、瓶裝水、調味乳。

由上述文獻所示，各學者對於飲料的分類均有著不同的分類。因此，本研究歸納上述定義將含糖飲料定義為：市面上所販售之不論包材(如：鋁箔包、紙盒、易開罐、塑膠瓶、玻璃瓶等)含有糖分之飲料，包括「茶類、碳酸飲料、咖啡、純果汁、非百分之百純蔬果汁、運動飲料、調味乳、乳酸飲料、加味水」等九種飲料。

第二節 國中學生飲用含糖飲料之情況

楊淑苓(2005)以台北縣永和地區國中學生為對象探討含糖飲料飲用行為，研究結果發現研究對象飲用量最高的種類分別為包裝水、果汁、運動飲料。研究對象最常由家人購買獲得鮮乳或保久乳，最常在校外購買奶茶，在校內最常購買運動飲料。

單文珍(2003)以桃園市國中學生為對象探討含糖飲料消費情形，研究結果發現在過去一週內未曾飲用含糖飲料的情形只有4.9%，且研究對象一星期所喝的含糖飲料總平均容量為1716 c. c.，最常喝的前三項為茶飲料、運動飲料及碳酸飲料。每週零用錢0元者拒絕飲用含糖飲料自我效能大於101-500元、500-1000元及1001元者，顯示每週零用錢越少者，則較有把握不喝含糖飲料，男生含糖飲料消費量平均得分大於女生。

Rampersaud, G. C., Bailey, L. B. & Kauwell, G. P. A. (2003) 針對美國國家調查報告(CSFII)的分析顯示，十三歲之後，碳酸飲料的飲用量會超過 12 盎司遠超過含糖果汁、100%純果汁與牛奶的飲用量。

康清雲、黃蔚綱、陳麗婷(2001)以台灣北部地區國中生調查白開水飲用行為，研究結果發現學生在學校幾乎都有喝白開水；但學生在學校口渴時最常喝的飲料是「白開水」佔62.9%，除了水以外之飲料則高達37.1%，而這些飲料大部分是含糖飲料。

蔡佩珊(2001)以台北市某國中學生為對象探討含糖飲料飲用行為，研究結果發現八十九學年度上學期有100%的學生有喝含糖飲料的經驗，且有53.7%的學生每星期喝超過三次以上。

吳芳菁(2000)以桃園縣國中學生探討飲用市售飲料的情形，發現研究對象平均每星期喝市售飲料7.9罐，最常喝的前三項分別為乳製品及乳酸飲料、茶飲料、運動飲料。

黃香瑜(1998)探討基隆市國中學生飲料消費情形，研究結果顯示學生平均每人每星期飲用各飲料依序為：飲用水類飲料2.6罐；茶類飲料2.2罐；乳製品及乳酸飲料2.0罐；碳酸類飲料1.4罐；機能性飲料1.3罐；果菜汁類飲料與咖啡類飲料為0.9罐。

李芝靜、余若芸(1998)以台北地區國中以上學生購買飲料行為模式之研究結果，學生每週購買飲料次數以六次以及六次以上者為最多(27.42%)，且以購買奶茶、果汁、運動飲料為主。

賴明美、李燕鳴、劉秋松、林政介(1997)以台中市某國中國一學生調查體位與飲食習慣之關係，體位過重的學生中有64.8%每週喝汽水、果汁頻率超過一次；體位正常的學生中有63.6%每週飲用果汁、汽水頻率超過一次。

綜合以上可知國中學生喝含糖飲料比例相當高，碳酸飲料、茶飲料、運動飲料都是國中學生常喝的飲品，若持續保持喝含糖飲料的飲

用習慣，對於國中生的健康情況會有不良的影響，所以探討飲用含糖飲料的影響因素，並加以改善，是當前教育的一重要課題。



第三節 含糖飲料飲用行為之影響因素

一、個人背景因素

(一) 性別

不同性別在飲用含糖飲料行為有顯著差異。(古欣卉, 2006; 李坤霖, 2004; 胡心怡, 2005; 吳芳菁, 2001; 林豐瑞、許雅琴、簡君玲、許雅菁, 1999; 許惠玉, 2003; 單文珍, 2003; 劉貞秀, 2007; 楊淑苓, 2005; Foley et al., 1999)但也有研究報告指出不同性別在飲用含糖飲料行為沒有顯著差異。(蔡佩姍, 2001; 李淑靜, 2003)

表 2-3-1 性別變項研究列表

作者	研究對象	研究發現
劉貞秀(2007)	台北縣高職餐飲科學生	男生含糖飲料飲用的次數高於女生。
古欣卉(2006)	雲林縣林內國中、古坑國中、蔴桐國中、水林國中、斗六國中	健康態度、習性態度及情境態度，這些資料都顯示出，女生的飲用態度得分皆比男生高。
楊淑苓(2005)	台北縣永和地區國中學生	男生含糖飲料飲用的次數高於女生。

作者	研究對象	研究發現
胡心怡 (2005)	台北市泰北高中、台中縣明道中學、彰化縣溪湖高中、台南市崑山中學	女生對飲料態度優於男生。
李坤霖 (2004)	台中市國小高年級學童	男學童較常飲用含糖飲料。
許惠玉 (2003)	台北市國小三、四、五年級兒童及其家長	女生的飲食行為顯著比男生良好。
單文珍 (2003)	桃園縣桃園國中、福豐國中、慈文國中	女生的平均含糖飲料消費知識高於男生。
李淑靜 (2003)	台南縣市公立國民小學六年級學生	性別在飲料消費種類方面並未達到顯著差異。男女學童對飲料種類的選擇大致相同，由數據發現，男女學童均偏向選擇含糖飲料。

作者	研究對象	研究發現
吳芳菁 (2001)	桃園縣中興國中、大成國中、桃園國中、平鎮國中、平南國中	男生的平均飲用量高於女生。
蔡佩姍(2001)	台北市某國中生	不同性別的學生其飲用含糖飲料行為並沒有顯著差異。
林豐瑞、許雅琴、簡君玲、許雅菁(1999)	屏東科技大學大學生	消費茶飲料在性別方面的比例，男性比女性高。
McIlveen, J. W. H. & Strugnell, C (1999)	北愛爾蘭 9-17 歲	女生比男生吃得較為健康，少喝碳酸飲料。
Foley, C. S., Vaden, A. G., Newell, G. K. & Dayton, A. D.(1983)	國小五年級學生	女生的營養態度得分明顯比男生高。

資料來源：本研究整理

由表2-3-1之敘述可得知性別變項研究結果的不一致，性別可能會影響一個人飲用含糖飲料。因此，本研究將性別因素列入變項。

(二) 年級

表 2-3-2 年級變項研究列表

作者	研究對象	研究發現
劉貞秀(2007)	台北縣高職餐飲科 學生	「二年級」學生的社會支持平均得分顯著高於「一年級」學生。
李坤霖(2004)	台中市國小高年級 學童	國小五、六年級學童沒有因年級不同而有差異。。
吳芳菁(2001)	桃園縣中興國中、大成國中、桃園國中、平鎮國中、平南國中	茶飲料、機能飲料、運動飲料、其它飲料的飲用量會因年級不同而有差異。
蔡佩姍(2001)	台北市某國中生	二年級在拒絕飲用含糖飲料自我效能之得分顯著高於三年級。
黃淑貞、姚元青 (1999)	台灣師範大學日間 部一到四年級	飲食行為良好與否和年級沒有關係。
McIlveen, J. W. H. & Strugnell, C (1999)	北愛爾蘭 9-17 歲	年紀越大,碳酸飲料的飲用量越多,而純果汁的飲用量越少。

作者	研究對象	研究發現
Shanthy, A. (2002)	12-19 歲之年輕女性	12 歲的女性牛奶喝最多，汽水喝最少，而 19 歲的女性則相反。飲用量的改變在 13、18、19 歲時最明顯，13 歲時牛奶飲用量銳減，而汽水與茶的飲用量突然大增。18 歲時果汁與含糖果汁飲料的飲用量減少，但汽水的飲用量仍高。19 歲時除了牛奶與水之外，其他種類的飲料飲用量皆增加。
Ludwig et al (2001)	14~17 歲青少年	飲料攝取量自 195 mL 增加到 275 mL，尤其青春期的男孩之中的消耗量從 345 mL 增加到 570 mL。

資料來源：本研究整理

由表2-3-2之敘述可知不同年級的學生其飲用量是否增加，結果不一致，但可知青少年對飲料的喜好程度在飲食行為的探討上頗

具重要性。年級可能是影響一個人飲用含糖飲料的重要因素，因此本研究將年級納為背景變項之一。

(三) 每週零用錢

國中生已有著豐富的消費經驗（高毓婷，2001；陳柏因，1999）。少年每月可自行支配的零用金為「1,000元以下」者最多，佔 37.59%；「1,001-2,000元」者次之，佔 18.78%；「不一定」者再次之，佔 15.95%（中華民國九十四年臺閩地區兒童及少年生活狀況調查報告分析）。洪惠娟（1987）探討台北市高中職學生消費行為，分析影響其消費行為之因素，有家庭社經地位、學校、性別、零用錢多寡、家庭成員、朋友、大眾傳播及個人偏好等。

胡蘭沁（2002）在兒童、青少年成長期間應施以適當的消費教育，以加強其消費行為社會化，使其具備的消費知識與技巧及正確的消費態度並成為一個理性的消費者。根據李淑靜（2003）的研究，國小六年級學童有89.5%擁有零用錢，其中表示將零用錢主要用途花費在零食飲料的學童有37.1%。胡蘭沁（2002）的研究發現，雖然「零食飲料」的單一消費金額不大，但消費量大，所以常消費零食飲料之中小學生，零用錢數量也較多。黃香瑜（1998）調查發現基隆市國中學生對茶飲料、乳製品及乳酸飲料等之飲用量會因零用錢多寡而有差異。吳芳菁（2000）以桃園縣國中學生

為對象，亦發現相同的結果，學生對各種飲料的飲用量會因零用錢多寡而有差異。蔡佩珊（2001）以台北市某國中學生飲用含糖飲料之研究顯示，學生每週的零用錢與學生飲用含糖飲料之行為間有顯著差異。單文珍（2003）以桃園市國中學生含糖飲料消費之研究顯示，含糖飲料消費量與每週零用錢有顯著相關。李坤霖（2004）以台中市國小高年級學童含糖飲料飲用行為之研究顯示，沒有零用錢的學童拒絕飲用含糖飲料的能力顯著高於有零用錢的學童。

（四）家庭社經地位

Eppright, et al. (1970) 指出父母的教育程度愈高，其學齡前子女的飲食狀況愈好（引自蔡佩珊，2001）。Olvera-Ezzell, et al. (1990) 指出，教育程度高的母親，比較常使用說理的方式禁止孩子消費不健康的食物，以及限制孩子家庭外的食物消費，而且比較不會強迫孩子順從。Garn, et al. (1977) 發現母親的教育程度越高，越關心子女的肥胖問題，也較為傾向於控制子女的飲食攝取。

李淑靜（2003）對國小六年級學童的零食飲料消費研究發現，母親教育程度愈高之學童的零食消費頻率愈低。McIlveen, et al. (1999) 以9-17歲孩童為研究對象，發現高社經地位家長的小孩吃較

多的水果，較少的炸洋芋。低社經地位家長的小孩吃較少的水果，較多的炸洋芋。

董氏基金會(2003)家長社經指數越高、全家收入越高、家長營養知識越高、家長飲食行為越好、家長越關心營養訊息，兒童飲食行為會越好。李坤霖(2004)發現母親教育程度為專科的學童在量表平均得分顯著高於母親教育程度為碩士或博士的學童。李仁芳(1980)若兒童處在高社經地位的家庭，擁有較豐饒的環境刺激，孩子有機會接觸更多的品類和品牌，有更多的消費經驗，與父母有更多的互動，因此高社經地位家庭的小孩可能在消費資訊處理技能的發展程度較高。由以上結果多半指出家庭社經地位越高，其子女表現出的飲食行為及飲食消費情形較佳。

綜合上述研究發現性別、年級、每週零用錢、家庭社經地位均為飲料消費的影響因素，本研究將探討性別、年級、每週零用錢、家庭社經地位對含糖飲料消費之影響。

二、 個人內在、外在影響因素

美國學者 Hawkins, Best & Coney(2004)提出「整全消費行為模式」(Overall Model of Consumer Behaviour)指出人的消費行為是相當複雜的過程，個體發展出自我概念(Self-concept)和生活模式(Lifestyle)，是受到內在(如心理和身體)因素及外在(如社經地

位和家庭背景) 因素所影響，人們在這些消費經歷和獲取過程中，同時會重塑消費者的自我概念和生活模式，從而再影響他們的內在和外個性，這是一個互相影響的過程 (interactive process) (參圖 2-3-1)。

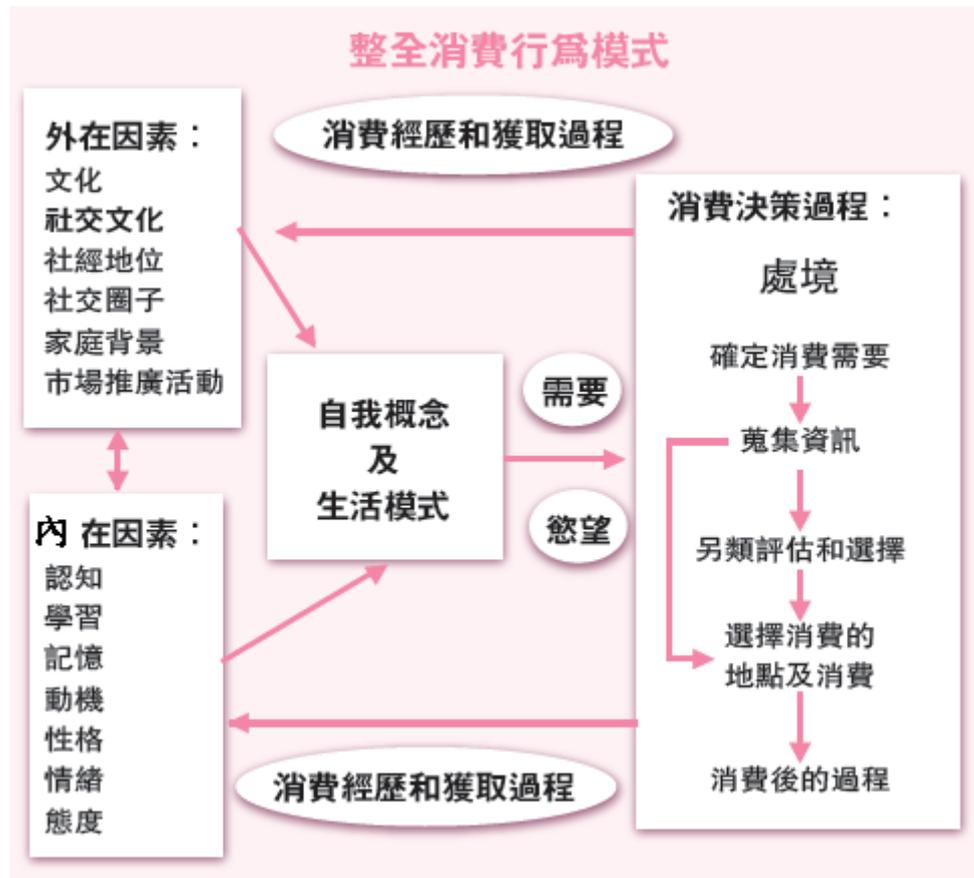


圖 2-3-1 整全消費行為模式(awkins,Best & Coney,2004)

Blackwell , et al. (1990)指出消費者行為係探討消費者如何制定和執行其有關產品與服務的取得、消費與處置決策的過程，以及研究有哪些因素會影響這些相關的決策。其中消費者行為受到內在與外在兩種力量之影響：內在力量：知覺、學習、態度、動機、人格特質、價值、生活型態；外在力量：文化、次文化、社會階級、家庭。

綜合上述學者所述，本研究以「個人內在影響因素」與「個人外在影響因素」為觀點，並整合過去含糖飲料的消費行為之研究(李坤霖，2004；單文珍，2003；蔡佩珊，2001；劉貞秀，2007)，作為本研究之構面。

(一)、個人內在影響因素

1. 拒絕飲用含糖飲料自我效能

自我效能是個人自認有因應環境情境的能力知覺，對自己可獲致成功所具有的信念，對完成某種行動的能力判斷，而自我效能的判斷會影響個人所從事的行為，進而影響行為表現(李坤霖，2004)。

自我效能是與外在環境及其他自我調適機轉和個人能力、經驗、成就表現互相產生交互作用的結果，它是行為改變的決定要素，是自我控制的一部份(孫志麟，1991)；是指學習者在一特殊情境下，能夠察覺自己能組織並達到某種行為和表現的能力判斷(徐新逸、黃麗玲，1999)；而測量自我效能時並不是將行為分解為不同的能力，而是強調在不同的情境下，個人仍有信心實行該行為的把握程度(黃淑貞、姚元青，1999)。

吳裴瑤(1992)以一年級國中生所做的研究發現，自我效能是影響肥胖生節制飲食行為的直接因素之一。Ward(1991)

的研究發現，高中生食物自我效能高者（對自己選擇營養食物的能力有信心）與食物自我效能低者（對自己選擇營養食物的能力較無信心）之間，在食物分析量表的得分有顯著差異。

由以上文獻中可知自我效能在飲食行為所具有之相關性及影響力，故本研究加入自我效能變數以探討學生對不喝含糖飲料之相關程度。

2. 營養知識

李坤霖（2004）以台中市國小高年級學童為對象之研究顯示，學童的含糖飲料態度尚為正向，女生比男生好；家中沒有存放含糖飲料、沒有零用錢的學童之態度較為正向。蔡佩珊（2001）以台北市某國中學生為對象，探討學生飲用含糖飲料行為及影響因素之研究，研究中發現學生飲用含糖飲料知識得分平均偏高，飲用含糖飲料知識與飲用含糖飲料行為並無相關。單文珍（2003）以桃園市國中學生為對象探討含糖飲料消費知識與蔡佩珊（2001）、吳芳菁（2000）及梁雅雯（1997）結果相符，含糖飲料消費知識與含糖飲料消費量並無相關。

王世泯（1992）以台北市公立國小學童為對象，探討國小學童營養知識、態度及飲食行為間關係，發現營養知識與營養態度呈正相關，營養知識與飲食行為呈正相關，即國小學童營養知識

越高，營養態度及飲食行為就會越好。魏燕蘭、林薇、蕭寧馨、王瑋（1992）的研究發現護理人員的營養知識、態度、行為間有顯著的正相關性，即護理人員的營養知識測驗得分越高，在營養態度量表和營養行為量表的得分也越高。

3. 自覺體型

張淑珍（1987）發現肥胖度高，自認為肥胖者，會較注意食物中的熱量。王世泯（1992）的研究發現，不同體型自覺之國小學童在飲食行為有差異。聶啟美（1997）以國小學童母親為研究對象，發現自覺體型與低脂飲食行為並無顯著相關。陳玉欣

（1998）以國中生為對象之研究發現，飲食行為不良與自我體型認知有關。林宜親與林薇（2000）以青少年為對象研究發現，自覺體型過重者傾向高度節制飲食。在蔡佩姍（2001）與張玉鳳的（2001）研究顯示，飲食行為與自覺體型並沒有相關。

李坤霖（2004）研究顯示，飲食行為與自覺體型並沒有相關，以上文獻指出自覺體型與飲食部份並無統一之結論，較早期文獻指出自覺體型與飲食有相關，近年文獻則發現飲食行為與自覺體型無顯著相關，但青少年時期對於外在形象頗重視，因此自我體型認知還是列為本研究因素之一。

綜合上述所說，研究結果發現肥胖度高或自認為肥胖者，會

較注意食物中的熱量，若以青少年為對象的研究則發現，飲食行為不良與自我體型認知有關，自覺體型過重者傾向高度節制飲食。故本研究將自覺體型列為研究變項之一。

(二) 個人外在影響因素

1. 家庭

家庭是孩子最早接觸且接觸最長久的環境，父母的飲食教養方式、本身的角色典範均是影響子女飲食行為的重要因素(林薇，1998；李蘭、陳重弘、吳裴瑤、潘文涵，1994)。

Nakao, Aoyama and Suzuki (1990) 亦指出個人的飲食習慣與家人有密不可分的關係。Tilson, McBride, Albright and Sargent (2002) 指出不良的飲食習慣常在兒童時期建立，且受雙親影響的成分居多。

董氏基金會(2003)家長飲食行為是預測兒童飲食行為最重要的因素；家長飲食教養關懷行為，是除了”家長飲食行為”之外，預測”兒童飲食行為”的最重要因素。家長在兒童飲食習慣及飲食喜好上扮演重要的角色。

2. 同儕

兒童進入學校後，食物的選擇會受同儕所影響，當兒童越來越重視同儕的意見時，飲食就會變得越來越像是一種社交行為(朱

巧豔、蕭佳華譯，2003)

Frank (1997) 探討青少年飲食行為的環境影響研究中發現，青少年對食物的選擇會受同儕及兄妹的影響。彭田、郭憲文、邱淑玲 (1992) 研究指出對速食的消費次數，同儕飲食型態是其最重要因素。

概括而論，同儕是影響飲食行為的重要因素之一，因此本研究將同儕納入研究之一。

3. 學校教師

李淑靜 (2003) 以國小六年級學童為對象探討零食飲料消費狀況，發現學校教師對學童吃零食的限制程度在學童的零食每次消費金額有顯著的影響力。學校教師對吃零食很少限制之學童的零食每次消費金額高於學校教師對吃零食經常限制之學童。

然而學童在學校受教育的時間很長。因此，學校教師平時除了正規課程之外，應於學校推動營養教育，加強並注意學童的飲食消費，教導學生童正確的飲食消費知識，養成學童良好的飲食習慣。

4. 電視廣告

表 2-3-3 電視廣告變項研究列表

作者	研究發現
葉展彰 (2001)	以台北市某國小五、六年級兒童為對象探討電視廣告、折價券的發放對而兒童消費意願之相關研究，發現速食餐廳的電視廣告頻率愈高時，兒童對速食餐廳的消費意願會愈高。
林伯岳 (2001)	以台中地區居民所做優酪乳消費者行為研究，發現優酪乳的訊息主要來源為電視廣告。
陳琪婷、謝邦昌、陳政雄 (2000)	大多數的飲料資訊來自電視廣告。
林豐瑞、許雅琴、簡君玲、許雅菁 (1999)	以屏科大學生之茶飲料消費之資訊主要來源，以電視為最高。
黃香喻 (1998)	調查發現基隆市國中學生獲得各類飲料最主要訊息來源皆為電視廣告。
Taras & Gage, (1995)	有關媒體資訊，國外曾有研究指出兒童在每小時的電視節目中，平均收看 21.3 則廣告，平均每則廣告的時間為 28.6 秒，並且在這些廣告中有高達 47.8% 是食品廣告，其中有 91% 的食品均是高熱量、高糖分、高鹽分的食品。

資料來源：本研究整理

由以上文獻可以發現兒童飲食及購買行為會受到電視廣告影響，兒童接觸越多電視廣告，在購買慾望上越高，購買頻率就會越高，因此電視廣告列為本研究因素之一。



第四節 消費行為理論之相關研究

一、消費行為的定義

漆梅君（2001）認為，消費行為學是研究消費者由評估、獲得、使用、到止用某種產品或服務的全部過程，包括其個人內在的心理決策，與外在的物理實際行動。消費行為可以說是一種購買的決策行為，而瞭解消費行為的決策過程或探討其過程的影響因素，便成為消費行為。

二、消費行為理論分為消費動機、模式、決策過程

（一）兒童消費行為社會化模式

Robertson, Zielinski, & Ward（1984）曾提出一個模式（圖 2-1-1）來說明兒童消費行為社會化的過程。兒童消費社會化模式最重要的發展觀念是兒童一旦獲取了主要輸入訊息，將如何來處理這些資訊，這些輸入的訊息會先影響兒童的注意與興趣，然後再被加以處理。兒童處理資訊包括認知與情意二個層面，也就是指兒童對於產品品牌或服務的瞭解與感覺。由於兒童缺乏經驗以及認知能力尚未發展完全，在處理消費相關資訊時之選擇、評估與使用外來訊息之能力與成人不同，這種能力隨著年齡的增長與經驗的累積而逐漸發展成熟，所以兒童在資訊處理上會受到其認知能力對外來輸入訊息過濾程度之影響，這種認知上的過濾是兒

童與成人在資訊處理理論模型上的主要差異。

資訊處理的結果是兒童獲得了知識並關心產品之品牌與服務。兒童在整個消費者社會化歷程中，會接受到一些外來因素的影響，例如：性別、社會階層、人口統計特質、產品的種類以及年齡等。其中年齡是反應兒童認知發展之階層，不同認知發展階段之兒童對廣告之注意力、對產品的興趣及選擇、評估產品與處理資訊之能力皆不同（胡蘭沁，2002）。

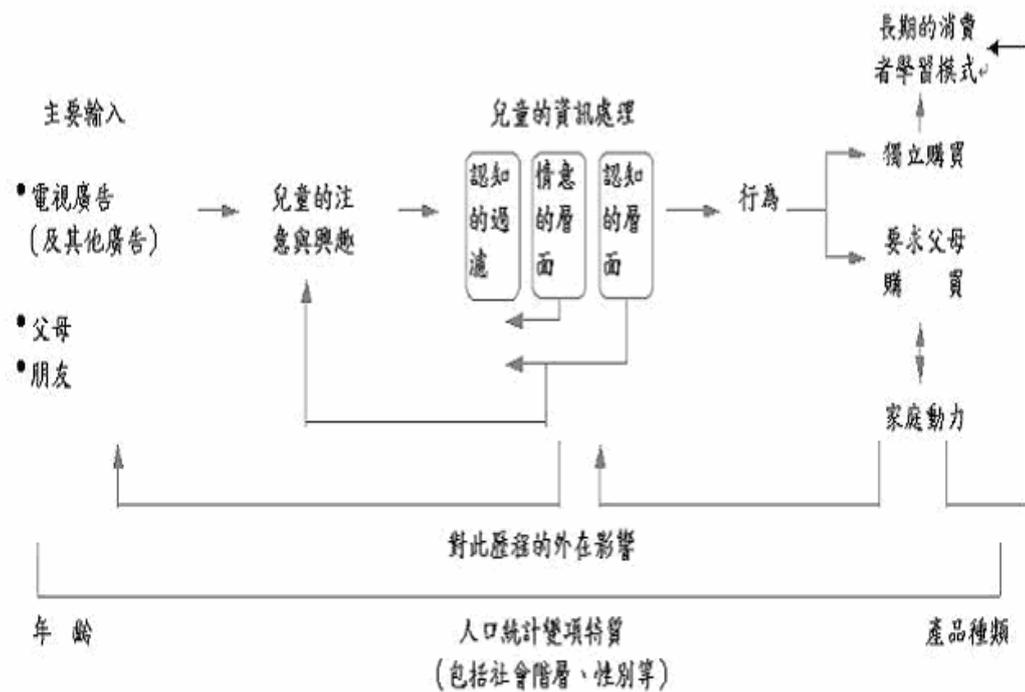


圖 2-4-1 兒童消費行為社會化模式

資料來源：Robertson, T. S., Zielinski, J., & Ward, S. (1984). *Consumer Behavior*. Scott, Foresman & Co., 144.

Engel, Blackwell & Miniard (1990) 曾提出 E.K.B 模式 (圖 2-4-2)

有四大部分, 包括：

1. 訊息輸入：

(1) 為行銷來源，如廠商行銷策略。

(2) 另一為非行銷來源，如大眾傳播與人際溝通。

2. 訊息流程：外來刺激經由個人感官接觸個體後，經由接觸、注意、瞭解、接受/拒絕、保留等步驟處理訊息，激起記憶形成情報或經驗。

3. 決策過程：

(1) 需求認知 (need recognition)：是什麼因素引發了購買的決策過程呢？

(2) 搜尋(search)：欲完成決策，需要什麼樣的資訊？

(3) 方案評估(alternative evaluation)：消費者的評估準則主要受動機和記憶兩因素影響。

(4) 購買(purchase)：消費者從各方案中選擇那一項呢？

(5) 結果(outcomes)：選擇之後是滿意呢？還是認為做了不正確的決定呢？

4. 決策過程變數：

(1) 環境影響因素：包括文化、社會階層、個人影響、家庭、情境。

(2) 個人差異因素：包括消費者資源、動機與涉入、知識、態度、人格、生活型態與人口統計。

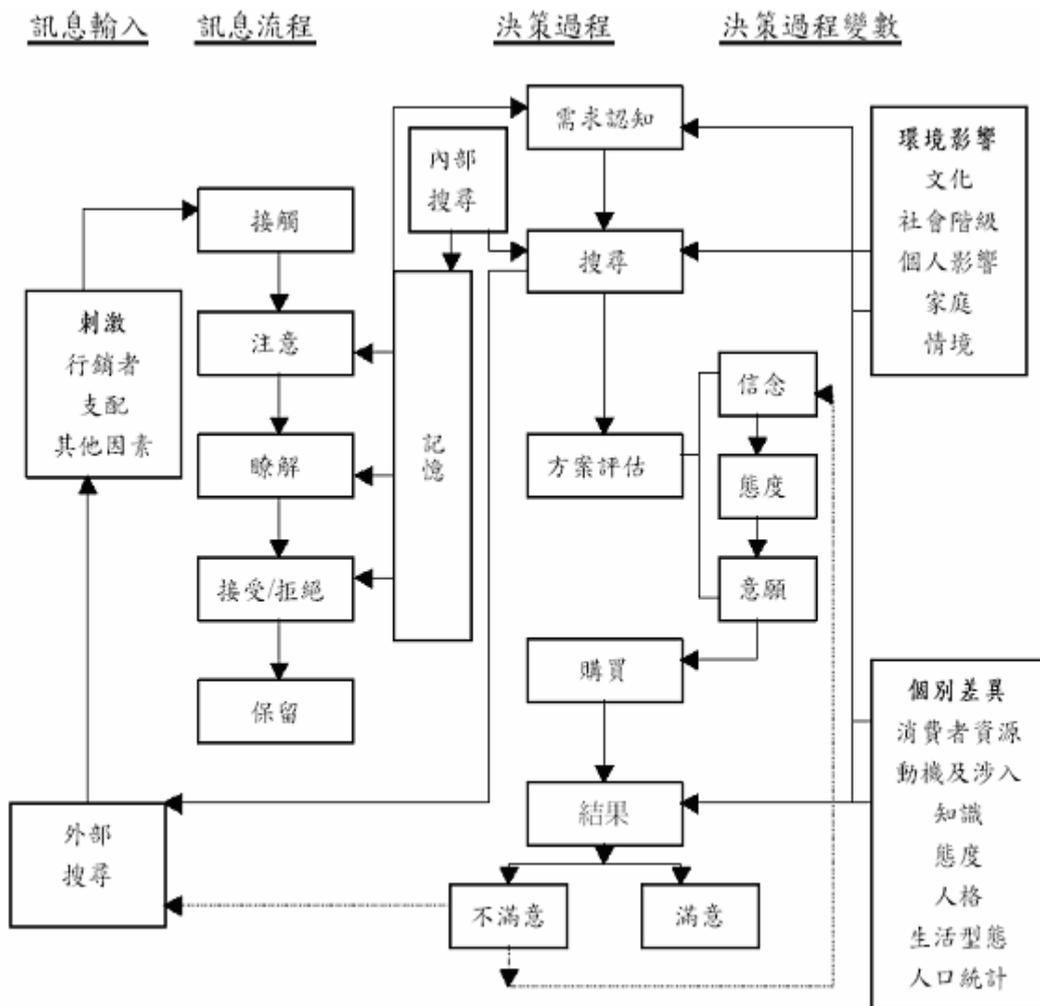


圖2-4-2 E. K. B模式
資料來源：Engel. J. F, Miniard. P. W &Blackwel R. D, 1990

(三) Kotler 的觀點

Kotler(1994)認為影響消費行為的因素如下：

1. 文化因素：是個人慾望與行為最基本的決策因素，包括文化、次文化與社會階級因素；次文化是指文化內的文化，有獨特的價值觀與生活型態，與年齡及種族等各方面因素有密切關聯。
2. 社會因素：包括參考團體、家庭、角色與地位因素；一個人的參考群體，如家庭、朋友、社會組織機構及專業協會等，會強

烈影響消費決策。

3. 個人因素：購買者的年齡與生命週期階段、職業、經濟環境、生活型態、人格與其他個人特徵因素等，皆會影響購買決策。
4. 心理因素：消費行為會受動機、認知、學習、信念與態度等因素所影響。



第三章 研究方法

本研究旨在瞭解桃園縣國中學生飲用含糖飲料消費行為，依據研究目的，形成本研究如圖 3-3-1 表示之。本章共分以下六節：第一節研究架構；第二節研究假設；第三節研究流程；第四節研究工具；第五節研究對象；第六節資料處理與分析。

第一節 研究架構

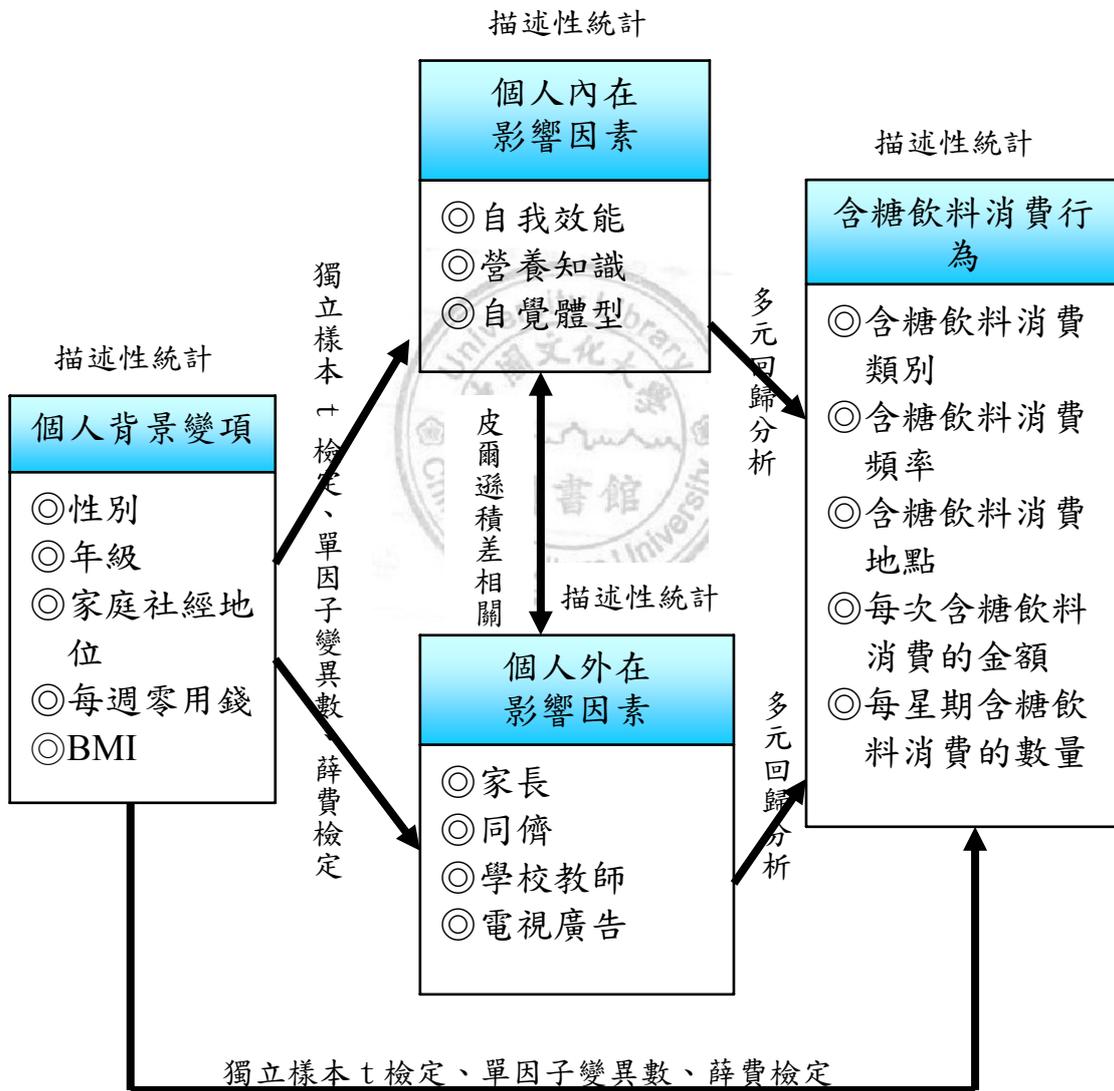


圖 3-3-1 研究架構圖

第二節 研究假設

依據研究目的與問題，本研究之研究假設敘述如下：

假設一：不同的「個人背景變項」在「個人內在影響因素」有顯著差異

- 1-1：個人內在影響因素會因「性別」之不同而有差
- 1-2：個人內在影響因素會因「年級」之不同而有差異
- 1-3：個人內在影響因素會因「家庭社經地位」之不同而有差異
- 1-4：個人內在影響因素會因「每週零用錢」之不同而有差異
- 1-5：個人內在影響因素會因「BMI」之不同而有差異

假設二：不同的「個人背景變項」在「個人外在影響因素」有顯著差異

- 2-1：個人外在影響因素會因「性別」之不同而有差
- 2-2：個人外在影響因素會因「年級」之不同而有差異
- 2-3：個人外在影響因素會因「家庭社經地位」之不同而有差異
- 2-4：個人外在影響因素會因「每週零用錢」之不同而有差異
- 2-5：個人外在影響因素會因「BMI」之不同而有差異

假設三：不同的「個人背景變項」在「含糖飲料消費行為」有顯著差異

- 3-1：含糖飲料消費行為會因「性別」之不同而有差
- 3-2：含糖飲料消費行為會因「年級」之不同而有差異
- 3-3：含糖飲料消費行為會因「家庭社經地位」之不同而有差異
- 3-4：含糖飲料消費行為會因「每週零用錢」之不同而有差異
- 3-5：含糖飲料消費行為會因「BMI」之不同而有差異

假設四：不同的「個人內在影響因素」與「含糖飲料消費行為」會有不

同程度的影響

- 4-1：含糖飲料消費行為會因「自我效能」之不同而有差
- 4-2：含糖飲料消費行為會因「營養知識」之不同而有差異
- 4-3：含糖飲料消費行為會因「自覺體型」之不同而有差異

假設五：不同的「個人外在影響因素」與「含糖飲料消費行為」會有不

同程度的影響

- 5-1：含糖飲料消費行為會因「家長」之不同而有差
- 5-2：含糖飲料消費行為會因「同儕」之不同而有差異
- 5-3：含糖飲料消費行為會因「學校教師」之不同而有差異
- 5-4：含糖飲料消費行為會因「電視廣告」之不同而有差異

假設六：「個人內在影響因素」與「個人外在影響因素」有顯著相關性



第三節 研究流程

根據研究架構，為達成研究目的，本研究研究流程如圖3-4-1所示：

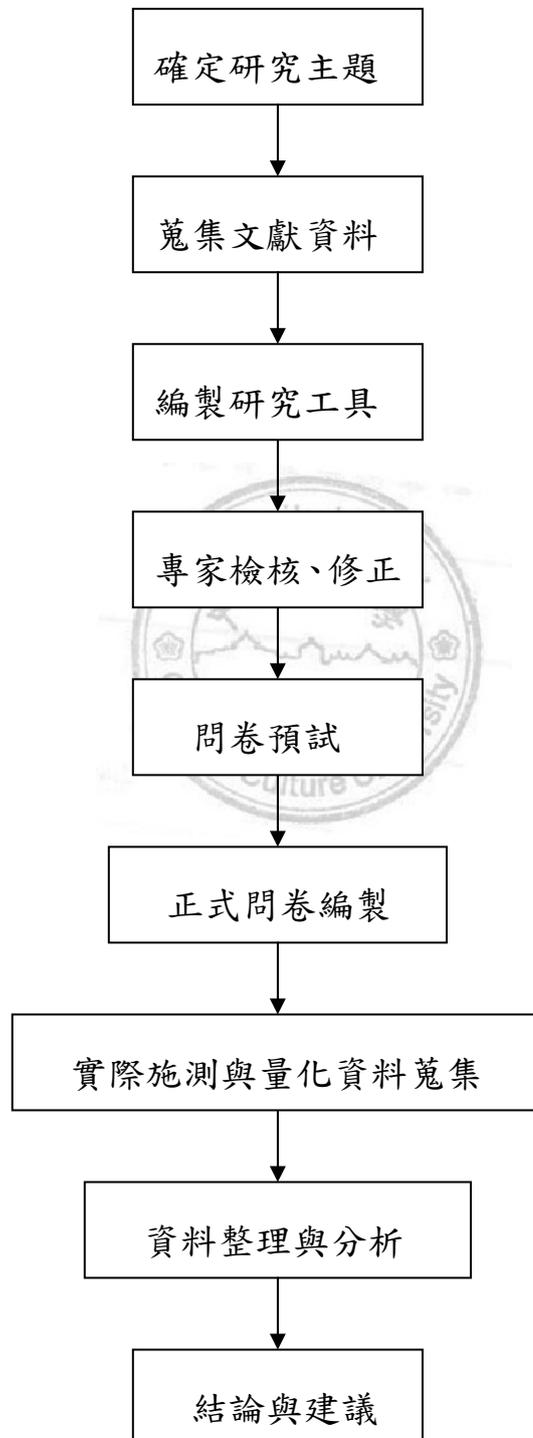


圖 3-4-1 研究流程圖

重要研究步驟說明如下所述：

- 一、決定研究主題：依研究者動機確定研究主題。
- 二、蒐集文獻資料：確定研究主題後，研究者透過網路、圖書館、詢問教授及專家蒐集與研究主題相關之文獻。
- 三、編製研究工具：根據研究目的進行問卷編製。研究者依據本研究架構，將問卷分為「含糖飲料自我效能」、「含糖飲料營養知識」、「個人外在影響因素」、「含糖飲料電視廣告」、「含糖飲料消費行為」、「個人背景因素」等六大部分。
- 四、專家檢核：研究者敦請對本研究主題有豐富學養與經驗之學者謝建正、陳志銘教授及專家台中縣后綜高中國中部詹惠媚老師、台北市育成高中鍾國俊老師、新竹市光復中學李暉珣老師、桃園縣大園國中宋美君老師，進行檢核問卷內容的適切性，做為研究者修正之參考。
- 五、問卷預式施測：問卷編定完成後，本研究於97年8月底進行預試(請大園國中上暑期輔導課的學生幫忙)。藉以簡單隨機抽樣抽取一、二、三年級學生共60人，進行預試。
- 六、問卷正式施測：於97年9月1 日起至97年9月20 日止進行正式問卷施測。採郵寄或親自送問卷的方式，委託樣本學校教師進行施測，待施測完畢，再請各校負責人以所附回郵信封寄回或由研究者到校收取。本研究之母群體為桃園縣國中學生，本研究樣本的選取採立意取樣，實際參與本研究為600人，除去不當問卷95份，共得有效問卷505份，問卷完成率為84.1%。

七、資料整理與分析：將有效問卷進行編碼，並將資料譯碼後逐一輸入電腦，重複檢核後以Statistical Package for Social Science（簡稱SPSS for Window）10.0(吳明隆，2000)資料處理及統計分析。



第四節 研究工具

本研究之調查工具為「國中學生飲用含糖飲料消費行為之調查問卷」，本研究以自編之結構式問卷為研究工具，參考國內相關文獻研究（吳芳菁，2000；蔡佩珊，2001；單文珍，2003；李坤霖，2004；楊淑苓，2004；胡心怡 2004；劉貞秀，2007）擬定本研究所需問卷之初稿。

問卷初稿之內容包括：「含糖飲料自我效能」：21題；「含糖飲料營養知識」：15題；「個人外在影響因素」：18題；「含糖飲料電視廣告」：4題；「含糖飲料消費行為」：21題；「個人背景因素」：10題。分別說明如下：

（一）含糖飲料自我效能

預試問卷回收後，將資料進行信度考驗，採用 Cronbach α 係數進行內部一致性分析。根據預試結果分析如表3-3-1，各分量表之 Cronbach α 值在0.726~0.872之間，顯示各測驗題目內部一致性達到水準。態度量表的內部一致性信度， α 值介於0.5~0.7之間時，表示此量表可用於大樣本之研究（吳明隆，2000；吳統雄，1984）。

表 3-3-1 預試問卷信度係數分析表

分量表名稱	信度指標	信度係數	處理
拒絕飲用含糖飲料自我效能	Cronbach α	0.872	全部保留
含糖飲料營養知識	Cronbach α	0.726	全部保留
個人外在影響因素	Cronbach α	0.777	全部保留
含糖飲料電視廣告	Cronbach α	0.762	全部保留
含糖飲料消費行為	Cronbach α	0.776	全部保留

註：Cronbach $\alpha < 0.5$ ：低信度， > 0.7 ：高信度，只要 ≥ 0.6 為可接受範圍
(周文賢，2002)

一、個人內在影響因素量表

(一) 拒絕飲用含糖飲料自我效能：本量表擬引用劉貞秀(2007)之問卷，共 21 題。

(二) 營養知識：本量表擬引用李坤霖(2004)之問卷並依據本研究目的之需要編擬問卷。含糖飲料知識量表主要是測量學童對於含糖飲料以及熱量的瞭解程度，問卷量表內容共分三個層面：「含糖飲料與健康」、「人體熱量的來源」、「熱量與肥胖」等共計15 題，題目為是非題類型，滿分為100分，答錯不給分，量表分數越高表示學童對於含糖飲料的認知程度越好；反之，分數越低則表示學童對於含糖飲料的認知程度越低。

二、 個人外在影響因素量表

本量表參考李淑靜(2003)及劉貞秀(2007)之問卷並依據本研究目的之需要編擬問卷，共計22題。

三、 含糖飲料消費行為量表

本量表參考李淑靜(2003)之問卷並依據本研究目的之需要編擬問卷，共計 21 題。

四、 個人背景基本資料表

此調查表係依據第二章文獻探討中，消費者對「消費行為」、「個人內在影響因素」及「個人外在影響因素」之間的「個人背景變項」因素，以及研究者興趣而來，旨在了解受試者之背景資料，包括性別、年級、家庭社經地位、每週零用錢和 BMI 等題目。

第五節 研究對象

一、研究對象

(一) 母群體

本研究僅以九十七學年度第一學期就讀於桃園縣國中一至三年級學生為母群體，不包含夜間部及綜合高中國中部。

表 3-5-1 桃園縣各級學校人數

各級學校	學生人數	教師數	學校數	班級數
幼稚園	28,140	1,876	324	938
國小	174,875	8,750	186	5,472
國中	87,824	5,369	66	2,364
高中	35,216	2,780	22	807
高職	29,681	778	7	646
大專	97,837		12	
大專進修學校	2,973		8	
中小學附設補校	2,868		41	
特殊教育學校	417	78	1	31
總計	459,831	19,631	667	7,896

(二) 研究樣本

研究樣本的選取採立意取樣，基於研究者本身時間、體力、人力的考量，將主動聯繫研究對象所屬學校行政單位，最後挑選能配合且意願高的學校。

本研究樣本數之決定，依據周文賢、李宏達（1992）之樣本數之公式為【 $n = \lceil \frac{P(1-P)C^2}{a^2} \rceil$ 】；若取在 95%信賴水準下，指常態值（C）為 1.96，可容許誤差值（a）為 0.05，預測問卷成功機率（P）取保守值 0.5，而失敗率為 1-P；所求得之有效樣本估計應為 384 份以上，但由於考慮學生填寫意願及有效問卷之份數，預計發放 600 份為總問卷。

表 3-5-2 問卷調查正式發放學校各校人數分配

學 校	地 區	負責老師	抽取樣本人數
1. 大園國中	大園鄉	宋美君老師	120
2. 大溪國中	大溪鎮	韓美瑛老師	120
3. 同德國中	桃園市	呂麗芬老師	120
4. 建國國中	桃園市	蘇美榕老師	120
5. 凌雲國中	龍潭鄉	楊筱玉老師	120
總 人 數			600

第六節 資料處理與分析

一、計分方式與意義

本問卷各題目的操作型定義及計分方式分述如表：

表 3-6-1 本研究各變項之操作定義及計分方法

變項名稱	操作型定義	計分方式
一、含糖飲料自我效能	受試者評估自己在不同情境中，不喝含糖飲料的難易度。	由「非常困難」到「非常容易」，分別以 1~5 分表示，共 14 題，各題分數相加後除以 14，即為飲用含糖飲料自我效能的平均得分。
二、含糖飲料營養知識	受試者對於一般性飲用飲料相關知識瞭解程度。	含糖飲料相關知識共有 15 題，採是非題填答方式，滿分為 100 分，答錯或不知道不給分。
三、個人外在影響因素	受試者評估來自同儕、家長和學校教師對其飲用含糖飲料行為所給予的支持。	其計分方式由「從未」至「總是」，依序給予 1、2、3、4、5 分，各題得分相加後除以 6 即為總得分。
四、含糖飲料電視廣告影響力	受試者評估對含糖飲料相關媒體的感受與接受程度，此處分為含糖飲料商業廣告與相關報導。	1=從未、2=很少、3=有時、4=常常、5=總是，共 4 題，為飲用含糖飲料受電視廣告影響的平均得分。
五、含糖飲料消費行為	受試者評估含糖飲料消費類別、含糖飲料消費頻率、含糖飲料消費地點、每次含糖飲料消費的金額、每星期含糖飲料消費的數量。	依據實際情形在「幾乎不喝」（每月少於 1 次）、「很少會喝」（每月 2~3 次）、「偶爾會喝」（每週 1~2 次）、「常常會喝」（每週 3~6 次）、「總是會喝」（每天 1 次以上）等五個選項中擇一作答，測量範圍在 9~45 分之間，得分越高表示越常飲用含糖飲料。
六、個人背景基本資料	受試者的性別、年級、家庭社經地位、每週零用錢、身體質量指數 (BMI)。	背景因素變項中的身體質量指數 (BMI)、自覺體型、自覺健康與父母親教育程度的某些類別人數太少，考慮變項分佈的偏態性，因此將其合併。身體質量指數 (BMI) 中的『肥胖』與『過重』合併為『過重或肥胖』。自覺體型中的『很胖』與『稍胖』合併為『胖』，『稍瘦』與『很瘦』合併為『瘦』。自覺健康中的『非常好』與『好』合併為『良好』，『不好』與『非常不好』合併為『不好』。

本研究採用統計軟體SPSS10進行分析，所使用的分析方法分別如

下述：

- 一、描述性統計分析：以次數分配、百分比敘述受試樣本學童之基本資料。
- 二、獨立樣本 t 檢定 (t-test)：本研究以獨立樣本t 檢定，考驗不同「性別」、「年級」，在「自我效能」、「營養知識」、「自覺體型」平均得分之差異。
- 三、採用單因子變異數 (one-way ANOVA)：考驗不同的「家庭社經地位」、「每週零用錢」，在對「營養知識」、「自覺體型」平均得分之差異，若F 值達統計上顯著水準 ($p < .05$)，則續以薛費法 (Scheffe method) 進行事後多重比較，以瞭解具有顯著差異之組對。
- 四、多元迴歸 (Multiple regression)：本研究以多元迴歸分析，分析國中生之「自我效能」、「營養知識」、「自覺體型」、「家長影響」、「同儕影響」、「學校老師影響」、「電視廣告」，對國中生飲用含糖飲料行為的影響程度為何。

五、皮爾森積差相關 (Pearson correlation coefficients)：探討

個人內在影響因素與個人外在影響因素間的關係。



第四章 研究結果與討論

根據研究目的與假設，將所收集資料進行統計分析後，本章分為六節說明之。第一節「研究樣本的個人基本資料」，第二節「研究對象的描述性統計」，第三節「研究對象飲用含糖飲料的現況」，第四節「背景因素與各變項的關係」，第五節「飲用含糖飲料行為與各變項之間的關係」，第六節「飲用含糖飲料行為的重要因素」。

第一節 研究樣本的個人背景基本資料

本研究對象的背景因素變項分析情形分佈如表 4-1-1，有以下特性：

一、學校

本研究以 505 名桃園國中學生為研究對象，其中大溪國中共 105 人(20.8%)、同德國中 103 人(20.4%)、建國國中 102 人(20.2%)、凌雲國中 100 人(19.8%)，以及大園國中 95 人(18.8%)，見表 4-1-1。

二、性別

研究對象男性為259人（51.3%），女性為246人（48.7%），見表4-1-1。

三、年級

研究對象在年級分佈上，「二年級」人數為172 人（34.1%），其次為「一年級」171 人（33.9%），「三年級」人數162 人（32.1%），見表4-1-1。

四、身體質量指數 (BMI)

在身體質量指數以體重正常者佔最多244 人 (48.3%)，其次為體重過輕者204人 (40.4%)，體重過重者43 人 (8.5%)，最少者為肥胖者14人 (2.8%)，見表4-1-1。

五、每週零用錢

研究對象在每週零用錢方面，以「1~100 元」最多 237 人(46.9%)，其次為「101~500 元」145 人 (28.7%)，其他依序為「0 元」沒有零用錢者 90 人 (17.8%)，「501~1000 元」24 人 (4.8%)，最少為「1000 元以上」9 人 (1.8%)，見表 4-1-1。

六、自覺體型

在自覺體型方面，以自覺自己體型屬「標準」者最多 186 人 (36.8%)，其次為「稍胖」157 人 (31.1%)，其他依序為「稍瘦」81 人 (16%)，「很胖」62 人 (12.3%)，最少為「很瘦」19 人 (3.8%)，見表 4-1-1。

七、自覺健康

在自覺健康方面，研究對象以自覺健康狀況為「普通」者最多 260 人 (51.5%)，其次為「好」121 人 (24%)，其他依序為「非常好」75 人 (14.9%)，「不好」40 人 (7.9%)，最少為「非常不好」9 人 (1.8%)，見表 4-1-1。

八、平常選用的飲料

研究對象在平日選用飲料，以「低糖」者最多 285 人 (56.4%)，其次為「全糖」172 人 (34.1%)，最少為「無糖」48 人 (9.5%)。顯示有高達 90.5%的學生會飲用含糖飲料，見表 4-1-1。

九、常飲用的含糖飲料

在常飲用的含糖飲料中，以「茶飲料」的次數最多 1373 次 (27.7%)，其次為「運動飲料」656 次 (13.3%)，其他依序為「碳酸飲料」538 次(10.9%)、「非百分百蔬果汁」516 次(10.4%)、「乳酸飲料」494 次 (10%)、「純果汁」472 次 (9.5%)、「調味乳」416 次 (8.4%)、「加味水」293 人 (8.9%)，最少為「咖啡飲料」191 人 (3.9%)，見表 4-1-1。

十、購買含糖飲料的地點

在購買含糖飲料的地點中，以「便利商店(全家、萊爾富、7-11)」的次數最多 477 次 (36.9%)，其次為「連鎖飲料店(清心福全、CoCo、50 嵐…)」332 次 (25.7%)，其他依序為「超級市場(包括量販店)」190 次(14.7%)，「自動販賣機」136 次 (10.5%)，「速食店」94 次 (7.3%)，「流動攤販」40 次 (318%)，最少為「其他」24 人 (1.9%)，見表 4-1-1。

十一、住家附近有無販賣含糖飲料商店

研究對象住家附近有無販賣含糖飲料的商店，以「有」的次數最多 419 人 (83%)，其次為「沒有」74 人 (14.7%)，最少為「不知道」12 人 (2.4%)，見表 4-1-1。

十二、父母的教育程度

在父母的教育程度中，父親教育程度以高中或高職者佔最多 233 人 (46.7%)，其次為「國中以下」117 人 (23.2%)，再其次依序為「專科」83 人 (16.4%)，「大學」51 人 (10.1%)，最少為「碩士或博士」19 人 (3.8%)，母親教育程度亦以高中或高職者佔最多 281 人 (55.6%)，其次為「國中以下」97 人 (19.2%)，再其次依序為「專

科」70人(13.9%)，「大學」48人(9.5%)，最少為「碩士或博士」8人(1.6%)見表4-1-1。

十三、父母的職業

父親職業以「半技術工作」者為最多共188人(37.2%)，其次為「技術性工作」與「非技術性工作」各為102人(20.2%)，接著為「專業性工作」97人(19.2%)，最少者為「高級專業性工作」14人(2.8%)。母親職業則以「非技術性工作」為最多共240人(47.5%)，其次為「半技術工作」103人(20.4%)，「技術性工作」94人(18.6%)，「專業性工作」64人(12.7%)，最少為「高級專業性工作」3人(0.6%)見表4-1-1。

十四、家庭社經地位

家庭社經地位係以父母二者中教育程度及職業等級較高者計算而得，其中「低社經組」人數最多，有212人，佔42.0%；

「中低社經組」次之，有202人，佔40.0%；沒有高社經組，「中高社經組」有29人，佔5.7%，顯示研究對象的家庭社經地位以中低社經為主。

表 4-1-1 研究樣本之背景因素資料之分佈 (N=505)

學校	人數	百分比	最常飲用的含糖飲料	人數	百分比
同德國中	103	20.4%	茶飲料	1373	27.7%
大溪國中	105	20.8%	碳酸飲料	538	10.9%
凌雪國中	100	19.8%	咖啡飲料	191	3.9%
大園國中	95	18.8%	純果汁	472	9.5%
建國國中	102	20.2%	非百分百純果汁	516	10.4%
性別	人數	百分比	運動飲料	人數	百分比
男性	259	51.3%	調味乳	416	8.4%
女性	246	48.7%	乳酸飲料	494	10.0%
年級	人數	百分比	加味水	293	5.9%
一年級	171	33.9%	購買含糖飲料的地點	人數	百分比
二年級	172	34.1%	便利商店	477	36.9%
三年級	162	32.1%	自動販賣機	136	10.5%
身體質量指數	人數	百分比	超級市場	190	14.7%
體重過輕	204	40.4%	流動攤販	40	3.1%
理想體重	244	48.3%	速食店	94	7.3%
體重過重	43	8.5%	連鎖飲料店	332	25.7%
肥胖	14	2.8%	其他	24	1.9%
每週零用錢	人數	百分比	父親教育程度	人數	百分比
0元	90	17.8%	國中以下	117	23.2%
1~100元	237	46.9%	高中/高職	233	46.1%
101~500元	145	28.7%	專科	83	16.4%
501~1000元	24	4.8%	大學	51	10.1%
1000元以上	9	1.8%	碩士或博士	19	3.8%
自認體型	人數	百分比	母親教育程度	人數	百分比
很胖	62	12.3%	國中以下	97	19.2%
稍胖	157	31.1%	高中/高職	281	55.6%
標準	186	36.8%	專科	70	13.9%
稍瘦	81	16%	大學	48	9.5%
很瘦	19	3.8%	碩士或博士	8	1.6%
飲料選用	人數	百分比	父親職業	人數	百分比
無糖	48	9.5%	高級專業性工作	14	2.8%
低糖	285	56.4%	專業性工作	97	19.2%
全糖	172	34.1%	技術性工作	102	20.2%
健康情形	人數	百分比	半技術工作	188	37.2%
非常好	75	14.9%	非技術性工作	102	20.2%
好	121	24%	母親職業	人數	百分比
普通	260	51.5%	高級專業性工作	3	0.6%
不好	40	7.9%	專業性工作	64	12.7%
非常不好	9	1.8%	技術性工作	94	18.6%
住家附近飲料店	人數	百分比	半技術工作	103	20.4%
有	419	83%	非技術性工作	240	47.5%
沒有	74	14.7%	社經地位	人數	百分比
不知道	12	2.4%	高社經	0	0.0%
			中高社經	29	5.7%
			中社經	62	12.3%
			中低社經	202	40.0%
			低社經	212	42.0%

第二節 研究對象的描述性統計

由問卷中研究對象對「含糖飲料營養知識」、「拒絕飲用含糖飲料自我效能」、「含糖飲料結果期望」、「含糖飲料社會支持」、「電視廣告響力」等量表的回答結果，茲分別敘述如下：

一、含糖飲料營養知識

含糖飲料相關知識共有15題，採是非題填答方式，滿分為100分，答錯或不知道不給分，全體樣本之平均得分為77.1，標準差12.2，最低分為26.7分，最高分為100分（表4-2-1），而由表4-2-1可知，答對9題以上者共佔研究對象總人數的94.3%（476人），整體而言，顯示研究對象的含糖飲料相關營養認知良好。這項結果與蔡佩珊（2001）、單文珍（2003）、胡心怡（2005）與楊淑苓（2005）結果相似。

針對每一題的答對率加以分析（表4-2-2），可發現各題的答對率介於20.4%~ 92.0%之間，其中以第四題「多喝含糖飲料，少吃飯一樣可以很健康」一題的答對率最高（97.0%）；次高的為第二題「多吃精製糖如果糖、蔗糖等，對人體的健康有益。」與第六題「常喝含糖飲料會肥胖」（92.5%）；第八題「常喝含糖飲料會會讓人攝取過多的熱量」、第九題「為了維持健康，三餐應該以五穀根莖類為主要的食物。」、第七題「常喝含糖飲料會蛀牙」、第五題「可以多喝含糖飲料作為補充人體水分的來源」、及第三題「人體所需的營養都可以充分的從含糖飲料中獲得」，這五題的答對率均在86%以上。

答對率最低的是第一題「含糖飲料的甜味是來自所加入的果糖、蔗糖。」，答對率僅有20.4%；次低的題目為第十一題「要有健康的身體，應該以富含蛋白質的食物作為熱量的主要來源」，答對率36.8%，兩題答對率均不及五成。顯示研究對象，對於含糖飲料的甜味來源與成分的瞭解與認知普遍不足，以及對於要擁有健康的身體，飲食

熱量的來源之知識仍有待加強。因此在未來的營養教育方面，應再加強學生對於含糖飲料之相關知識及均衡飲食對人體健康影響等多方面的相關認知。

表4-2-1 含糖飲料知識答對題數之分佈情形

答對題數	人數	有效百分比(%)
0	0	0.0%
1	0	0.0%
2	0	0.0%
3	0	0.0%
4	1	0.2%
5	1	0.2%
6	4	0.8%
7	11	2.2%
8	12	2.4%
9	28	5.5%
10	74	14.7%
11	90	17.8%
12	111	22.0%
13	111	22.0%
14	49	9.7%
15	13	2.6%
TOTAL	505	100.0%

註：總量表得分之最小值=26.67，最大值=100；平均數=77.15；標準差=12.22

表4-2-2 含糖飲料知識各題填答之分佈情形

題目	答對	答錯	答對順位
1. 含糖飲料的甜味是來自所加入的果糖、蔗糖。	103(20.4%)	402(79.6%)	15
2. 多吃精製糖如果糖、蔗糖等，對人體的健康有益。	467(92.5%)	38(7.5%)	2
3. 人體所需的營養都可以充分的從含糖飲料中獲得。	437(86.5%)	68(13.5%)	8
4. 多喝含糖飲料，少吃飯一樣可以很健康。	490(97.0%)	15(3.0%)	1
5. 可以多喝含糖飲料作為補充人體水分的來源	440(87.1%)	65(12.9%)	7
6. 常喝含糖飲料會肥胖。	467(92.5%)	38(7.5%)	2
7. 常喝含糖飲料會蛀牙。	445(88.1%)	60(11.9%)	6
8. 常喝含糖飲料會讓人攝取過多的熱量。	454(89.9%)	51(10.1%)	4
9. 為了維持健康，三餐應該以五穀根莖類為主要的食物。	447(88.5%)	58(11.5%)	5
10. 五穀根莖類的食物能提供人體的主要營養素是醣類。	339(67.1%)	166(32.9%)	12
11. 要有健康的身體，應該以富含蛋白質的食物作為熱量的主要來源。	186(36.8%)	319(63.2%)	14
12. 1 公克所產生的熱量比 1 公克的脂肪多。	265(52.5%)	240(46.5%)	13
13. 吃太多的糖，在人體內會轉變成蛋白質。	396(78.4%)	109(21.6%)	9
14. 肥胖是引起許多慢性病的主要病因。	357(70.7%)	148(29.3%)	11
15. 不管吃了多少東西，只要多運動就不會變胖。	372(73.7%)	133(26.3%)	10

二、拒絕飲用含糖飲料自我效能

本研究將拒絕飲用含糖飲料自我效能分14題，計分方式由「非常困難」至「非常容易」，依序給予1、2、3、4、5分，各題得分相加後除以14即為總得分，測量分數範圍在1.0~5.0分之間，得分越高表示學生拒絕飲用含糖飲料能力越高。根據研究結果顯示，總平均得分為3.38，標準差為0.75，顯示在不同情況下，研究對象拒絕飲用含糖飲料的自我效能偏向中立，結果與吳芳菁（2000）、蔡佩珊（2001）、單文珍（2003）、楊淑苓（2005）、劉貞秀（2007）的結果相似，可能原因為在所選取樣本學校中，均有供應開水與非含糖飲料，所以當研究對象在選擇飲料時，對非含糖飲料比較有充分的選擇。

而由表4-2-3可以得知，在各種拒絕飲用含糖飲料情境中，以「體重過重時」平均分數得分4.11為最高，可能原因為在選取之樣本學校中有實施減重相關課程，加強運動觀念及營養知識，以及國中學生較重視外貌，結果和張淑珍（1987）發現肥胖度高，會較注意食物中的熱量及劉貞秀（2007）發現對象對於外表體型十分的在意，當體重過重時，較有把握做到能夠不喝含糖飲料相似；次高為「下課休息時」得分為3.87，可能原因為下課十分鐘要上廁所、休息或前往下一節課的上課地點。平均分數最低則以「與親友一起慶祝節日」得分2.39最低，次低為「家中有含糖飲料時」得分2.73，接下來是「有人請喝飲料」得分為2.80，顯示在「與親友一起慶祝節日」、「家中有含糖飲料」、「有人請喝飲料」此三種情境之平均得分小於3，顯示在這些狀況發生時，研究對象習慣性飲用的飲料均為含糖飲料，因此會降低拒絕飲用的自我效能，建議未來可以多倡導飲用無糖飲料與開水的觀念。

表4-2-3 拒絕飲用含糖飲料自我效能各題之分佈情形

項 目	選 項	次數 (人)	有效百分比 (%)	平均數	標準差	排序
1.口渴時	非常容易	145	28.7	3.74	1.03	4
	容易	146	28.9			
	中立意見	165	32.7			
	困難	36	7.1			
	非常困難	13	2.6			
2.天氣炎熱時	非常容易	112	22.2	3.47	1.12	7
	容易	132	26.1			
	中立意見	168	33.3			
	困難	68	13.5			
	非常困難	25	5.0			
3.購買早餐時	非常容易	115	22.8	3.30	1.23	9
	容易	99	19.6			
	中立意見	154	30.5			
	困難	99	19.6			
	非常困難	38	7.5			
4.從事靜態活動時	非常容易	95	18.8	3.25	1.13	10
	容易	91	18			
	中立意見	196	38.8			
	困難	95	18.8			
	非常困難	28	5.5			
5.從事劇烈運動後	非常容易	177	35	3.70	1.20	5
	容易	112	21.9			
	中立意見	131	25.9			
	困難	60	11.9			
	非常困難	25	5			
6.有人請喝含糖飲料時	非常容易	48	9.5	2.80	1.10	12
	容易	59	11.7			
	中立意見	208	41.2			
	困難	126	25			
	非常困難	64	12.7			
7.家中有含糖飲料時	非常容易	43	8.5	2.73	1.12	13
	容易	64	12.7			
	中立意見	191	37.8			
	困難	131	25.9			
	非常困難	75	14.0			
8.用餐後	非常容易	164	32.5	3.76	1.09	3
	容易	133	26.3			
	中立意見	150	29.7			
	困難	41	8.1			
	非常困難	17	3.4			

表4-2-3(續) 拒絕飲用含糖飲料自我效能各題之分佈情形

項 目	選 項	次數 (人)	有效百分比 (%)	平均數	標準差	排序
9.有零用錢時	非常容易	129	25.5	3.38	1.12	8
	容易	88	17.4			
	中立意見	168	33.3			
	困難	87	17.2			
	非常困難	33	6.5			
10.外出遊玩時	非常容易	88	17.4	3.15	1.20	11
	容易	97	19.2			
	中立意見	163	32.3			
	困難	115	22.8			
	非常困難	42	8.3			
11.與親友一同慶祝 特別節日(如:生 日、聖誕節)時	非常容易	27	5.3	2.39	1.09	14
	容易	37	7.3			
	中立意見	165	32.7			
	困難	155	30.7			
	非常困難	121	23			
12.體重過重時	非常容易	249	49.3	4.11	1.05	1
	容易	107	21.2			
	中立意見	118	23.4			
	困難	17	3.4			
	非常困難	14	2.8			
13.心情沮喪時	非常容易	183	36.2	3.64	1.29	6
	容易	90	17.8			
	中立意見	132	28.3			
	困難	45	8.9			
	非常困難	44	8.7			
14.下課休息時	非常容易	198	39.2	3.87	1.09	2
	容易	103	20.4			
	中立意見	159	31.5			
	困難	32	6.3			
	非常困難	13	2.6			

註：平均數=3.38；標準差=0.75

非常困難=1分 困難=2分 中立意見=3分 容易=4分 非常容易=5分

三、含糖飲料社會支持

含糖飲料社會支持共有18題，分別從同儕、家長、學校教師三方面得分進行評估。每個類別各有6題問項，分別相加後除以6，即為同儕、家長、學校教師三方面社會支持平均得分。

(一) 同儕方面

在含糖飲料社會支持之同儕部分可由表 4-2-4 得知。其計分方式由「從未」至「總是」，依序給予 1、2、3、4、5 分，各題得分相加後除以 6 即為總得分，測量分數範圍在 1.0~5.0，總平均值為 2.32，標準差為 0.67，顯示研究對象從同儕處獲得的社會支持的程度為中等偏低，為中下程度的社會支持。其中以「常與我一起購買含糖飲料」得分 3.30 最高，這個研究結果和彭田、郭憲文、邱淑玲（1992）相似；而以「會限制我飲用含糖飲料」得分 1.49 最低。

表4-2-4 含糖飲料社會支持之各題分佈情形～同儕

項 目	選 項	次數 (人)	有效百分比 (%)	平均數	標準差	排序
1. 會提供含糖飲料 相關訊息給我。	從未	108	21.4	2.40	1.01	3
	很少	180	35.6			
	有時	155	30.7			
	常常	48	9.5			
	總是	14	2.8			
2. 與我討論有關含糖 飲料的話題。	從未	133	26.3	2.22	1.01	4
	很少	193	38.2			
	有時	131	25.9			
	常常	31	6.1			
	總是	17	3.4			
3. 曾經購買含糖飲料 請我喝。	從未	36	7.1	2.92	0.98	2
	很少	119	23.6			
	有時	239	47.3			
	常常	72	14.3			
	總是	39	7.7			
4. 會限制我去購買 含糖飲料來飲用。	從未	341	67.5	1.49	0.84	6
	很少	108	21.4			
	有時	38	7.5			
	常常	10	2.0			
	總是	8	1.0			
5. 常與我一起購買 含糖飲料。	從未	35	6.9	3.30	1.14	1
	很少	83	16.4			
	有時	173	34.3			
	常常	125	24.8			
	總是	89	17.6			
6. 會鼓勵我飲用 含糖飲料。	從未	318	63	1.60	1.00	5
	很少	112	22.2			
	有時	49	9.7			
	常常	11	2.2			
	總是	15	3			

註：

平均數=2.32；標準差=0.67

從未=1 分 很少=2 分 有時=3 分 常常=4 分 總是=5 分

(二) 家長方面

在含糖飲料社會支持之家長部分可由表4-2-5得知。其計分方式由「從未」至「總是」，依序給予1、2、3、4、5分，各題得分相加後除以6即為總得分，測量分數範圍在1.0~5.0，總平均值為2.42，標準差為0.72。顯示研究對象從家長處獲得的社會支持的程度為中等偏低，為中下程度的社會支持。其中以「曾經購買含糖飲料請我喝」得分2.90最高；而以「會鼓勵我飲用含糖飲料」得分1.30最低。

(三) 學校教師方面

在含糖飲料社會支持之學校教師部分可由表4-2-6得知。其計分方式由「從未」至「總是」，依序給予1、2、3、4、5分，各題得分相加後除以6即為總得分，測量分數範圍在1.0~5.0，總平均值為1.76，標準差為0.56。顯示研究對象從學校教師處獲得的支持的程度為偏低的社會支持。其中以「會提供含糖飲料相關訊息給我」得分2.26最高；而以「會鼓勵我飲用含糖飲料」得分1.18最低。

整體而言，研究對象在飲用飲料方面所獲得社會支持個平均分數均不超過3，顯示研究對象所獲得的飲用飲料社會支持並不高，這個研究結果和蔡佩珊（2001）、楊淑苓（2005）、劉貞秀（2007）的研究結果相似。由表4-2-4「常與我一起購買含糖飲料」得分3.30最高，可見同儕對研究對象的飲用含糖飲料行為而言，為最重要的支持來源。

表4-2-5 含糖飲料社會支持之各題分佈情形～家長

項 目	選 項	次數 (人)	有效百分比 (%)	平均數	標準差	排序
1. 會提供含糖飲料 相關訊息給我。	從未	87	17.2	2.65	1.19	3
	很少	164	32.5			
	有時	144	28.5			
	常常	60	11.9			
	總是	50	9.9			
2. 與我討論有關含糖 飲料的話題。	從未	163	32.3	2.25	1.16	5
	很少	154	30.5			
	有時	112	22.2			
	常常	49	9.7			
	總是	27	5.3			
3. 曾經購買含糖飲料 請我喝。	從未	28	5.5	2.90	0.95	1
	很少	139	27.5			
	有時	226	44.8			
	常常	80	15.8			
	總是	32	6.3			
4. 會限制我去購買 含糖飲料來飲用。	從未	131	25.9	2.76	1.39	2
	很少	99	19.6			
	有時	110	21.8			
	常常	91	18.0			
	總是	74	14.7			
5. 常與我一起購買 含糖飲料。	從未	92	18.2	2.46	1.05	4
	很少	188	37.2			
	有時	154	30.5			
	常常	45	8.9			
	總是	26	5.1			
6. 會鼓勵我飲用 含糖飲料。	從未	390	77.2	1.30	0.63	6
	很少	89	17.6			
	有時	21	4.2			
	常常	1	0.2			
	總是	4	0.8			

註：

平均數=2.42；標準差=0.72

從未=1分 很少=2分 有時=3分 常常=4分 總是=5分

表4-2-6 含糖飲料社會支持之各題分佈情形～學校教師

項 目	選 項	次數 (人)	有效百分比 (%)	平均數	標準差	排序
1.會提供含糖飲料 相關訊息給我。	從未	157	31.1	2.26	1.14	1
	很少	152	30.1			
	有時	129	25.5			
	常常	39	7.7			
	總是	27	5.3			
2.與我討論有關含糖 飲料的話題。	從未	209	41.4	1.93	0.98	3
	很少	158	31.3			
	有時	105	20.8			
	常常	24	4.8			
	總是	8	1.6			
3.曾經購買含糖飲料 請我喝。	從未	127	25.1	2.02	0.77	2
	很少	252	49.9			
	有時	115	22.8			
	常常	9	1.8			
	總是	2	0.4			
4.會限制我去購買 含糖飲料來飲用。	從未	267	52.9	1.86	1.12	4
	很少	112	22.2			
	有時	72	14.3			
	常常	35	6.9			
	總是	18	3.6			
5.常與我一起購買 含糖飲料。	從未	381	75.4	1.33	0.66	5
	很少	92	18.2			
	有時	25	5.0			
	常常	4	0.8			
	總是	3	0.6			
6.會鼓勵我飲用 含糖飲料。	從未	436	86.3	1.18	0.52	6
	很少	51	10.1			
	有時	15	3.0			
	常常	1	0.2			
	總是	2	0.4			

註：

平均數=1.76；標準差=0.56

從未=1分 很少=2分 有時=3分 常常=4分 總是=5分

四、含糖飲料電視廣告影響力

研究對象對含糖飲料電視廣告各題的影響情形如表 4-2-7，各題平均得分介於 1.75~3.84 之間，總平均值 2.43，標準差 0.63。顯示研究對象對於含糖飲料商業廣告的接受程度屬中低等。在此量表中，得分最高為「含糖飲料廣告出現頻率」平均值為 3.84，與洪惠娟（1986）研究發現高中(職)學生之購買飲食的資訊主要來自電視廣告的結果一致。得分最低為「會因自己喜歡偶像代言廣告內容而購買」平均值為 1.75，可能原因為國中學生喜愛的飲料多為茶飲料或是運動飲料，因此大都不會為了偶像代言而刻意購買他們較不習慣飲用的飲料種類。



表4-2-7 含糖飲料電視廣告影響力各題分佈情形

項 目	選 項	次數 (人)	有效百分比 (%)	平均數	標準差
1.含糖飲料廣告 出現的頻率	從未	5	1	3.84	0.85
	很少	29	5.7		
	有時	111	22		
	常常	255	50.5		
	總是	105	20.8		
2.含糖飲料廣告 相信程度	從未	138	27.3	2.14	0.97
	很少	212	42.0		
	有時	114	22.6		
	常常	27	5.3		
	總是	14	2.8		
3.會看含糖飲料廣告後 嘗試的意願	從未	161	31.9	2.00	0.89
	很少	212	42.0		
	有時	108	21.4		
	常常	18	3.6		
	總是	6	1.2		
4.會因自己喜歡偶像 代言廣告內容而購買	從未	263	52.1	1.75	0.97
	很少	148	29.3		
	有時	66	13.1		
	常常	15	3		
	總是	13	2.6		

註：平均數=2.43；標準差=0.63

從未=1分 很少=2分 有時=3分 常常=4分 總是=5分

第三節 研究對象飲用含糖飲料的現況

含糖飲料飲用行為量表共9題，所測量之類別分別為茶飲料、碳酸飲料、咖啡飲料、純果汁、非百分之百純蔬果汁、運動飲料、調味乳、乳酸飲料、加味水等九種含糖飲料，研究對象依據實際情形在「幾乎不喝」（每月少於1次）、「很少會喝」（每月2~3次）、「偶爾會喝」（每週1~2次）、「常常會喝」（每週3~6次）、「總是會喝」（每天1次以上）等五個選項中擇一作答，測量範圍在9~45分之間，得分越高表示越常飲用含糖飲料。

研究結果顯示總平均得分為2.46，標準差為0.66，整體飲用含糖飲料行為的程度介於「很少會喝」（每月2~3次）~「偶爾會喝」（每週1~2次）之間。由表4-3-1可得知，在各種含糖飲料中，研究對象最常飲用的飲料前五名依序為「茶飲料」（3.22）、「運動飲料」（2.73）、「純果汁」（2.62）、「非百分百純蔬果汁」（2.60）、「乳酸飲料」（2.42）。

此外，為了解研究對象於問卷調查前一週對各種含糖飲料的飲用情形，本研究請研究對象填入過去一週內各種含糖飲料的飲用次數，僅2.6%的學生（13人）表示於過去一週內未曾飲用問卷調查之含糖飲料，將各種含糖飲料的飲用次數分別轉換為0次、1次、2次、3次、4次以上，詳如表4-3-2，有八成以上的研究對象表示過去一週曾飲用過「茶飲料」，顯示「茶飲料」為現代青少年族群普遍飲用之飲料種類，此外「運動飲料」亦占五成以上在，這個研究結果和單文珍（2003）相似。最少飲用之品項則為「咖啡飲料」17.2%，顯示國中學生對於咖啡類飲料較不感興趣。

表4-3-1 含糖飲料飲用行為量表分佈情形

項 目	選 項	次數 (人)	有效百分比 (%)	平均數	標準差	排序
1.茶飲料	幾乎不喝	22	4.4	3.22	1.01	1
	很少會喝	93	18.4			
	偶爾會喝	196	38.8			
	常常會喝	139	27.5			
	總是會喝	55	10.9			
2.碳酸飲料	幾乎不喝	89	17.6	2.38	0.98	6
	很少會喝	211	41.8			
	偶爾會喝	141	27.9			
	常常會喝	50	9.9			
	總是會喝	14	2.9			
3.咖啡飲料	幾乎不喝	281	55.6	1.70	0.96	9
	很少會喝	139	27.5			
	偶爾會喝	54	10.7			
	常常會喝	20	4			
	總是會喝	11	2.2			
4.純果汁	幾乎不喝	70	13.9	2.62	1.01	3
	很少會喝	161	31.9			
	偶爾會喝	185	36.6			
	常常會喝	69	13.7			
	總是會喝	20	4			
5.非百分百純蔬果 汁(如:柳橙汁、蘋果 汁、果菜汁等)	幾乎不喝	65	12.9	2.60	0.99	4
	很少會喝	178	35.2			
	偶爾會喝	176	34.9			
	常常會喝	68	13.5			
	總是會喝	18	3.6			
6.運動飲料	幾乎不喝	59	11.7	2.73	1.06	2
	很少會喝	154	30.5			
	偶爾會喝	185	36.6			
	常常會喝	73	14.5			
	總是會喝	33	6.5			
7.調味乳	幾乎不喝	150	29.7	2.21	1.09	7
	很少會喝	179	35.4			
	偶爾會喝	111	22			
	常常會喝	43	8.5			
	總是會喝	21	4.2			

註：僅 2.6% 學生 (13 人) 表示於前一週內未喝過上述含糖飲料

表4-3-1(續) 含糖飲料飲用行為量表分佈情形

項 目	選 項	次 數 (人)	有效百分比 (%)	平均數	標準差	排序
8. 乳酸飲料	幾乎不喝	93	18.4	2.42	1.00	5
	很少會喝	183	36.2			
	偶爾會喝	160	31.7			
	常常會喝	55	10.9			
	總是會喝	13	2.6			
9. 加味水	幾乎不喝	194	38.4	2.03	1.08	8
	很少會喝	170	33.7			
	偶爾會喝	90	17.8			
	常常會喝	31	6.1			
	總是會喝	19	3.8			

註： 平均數=2.46； 標準差=0.66

幾乎不喝=1 分 很少會喝=2 分 偶爾會喝=3 分 常常會喝=4 分 總是會喝=5 分



表4-3-2 上週含糖飲料飲用次數一覽表

項 目	選 項	次數(人)	有效百分比(%)
1.茶飲料	0 次	89	17.6%
	1 次	112	22.2%
	2 次	114	22.6%
	3 次	75	14.9%
	4 次以上	115	22.8%
2.碳酸飲料	0 次	259	51.3%
	1 次	122	24.2%
	2 次	54	10.7%
	3 次	36	7.1%
	4 次以上	34	6.7%
3.咖啡飲料	0 次	418	82.8%
	1 次	46	9.1%
	2 次	19	3.8%
	3 次	11	2.2%
	4 次以上	11	2.2%
4.純果汁	0 次	302	59.8%
	1 次	96	19.0%
	2 次	51	10.1%
	3 次	25	5.0%
	4 次以上	31	6.1%
5.非百分百純果汁	0 次	256	50.7%
	1 次	124	24.6%
	2 次	59	11.7%
	3 次	34	6.7%
	4 次以上	32	6.3%
6.運動飲料	0 次	250	49.5%
	1 次	106	21.0%
	2 次	66	13.1%
	3 次	43	8.5%
	4 次以上	40	7.9%

表4-3-2(續) 上週含糖飲料飲用次數一覽表

項 目	選 項	次數(人)	有效百分比(%)
7.調味乳	0 次	343	67.9%
	1 次	73	14.5%
	2 次	30	5.9%
	3 次	24	4.8%
	4 次以上	35	6.9%
8.乳酸飲料	0 次	269	53.3%
	1 次	117	23.2%
	2 次	63	12.5%
	3 次	24	4.8%
	4 次以上	32	6.3%
9.加味水	0 次	354	70.1%
	1 次	76	15.0%
	2 次	37	7.3%
	3 次	22	4.4%
	4 次以上	16	3.2%



第四節 背景因素與各變項的關係

為了解背景因素與本研究其他變項的關係，以性別、年級、每週零用錢、社經地位、身體質量指數(BMI)為自變項，分別與「個人內在影響因素」、「個人外在影響因素」、「含糖飲料消費行為」，進行單因子變異數分析(one way ANOVA)、t-test，若有顯著差異，再以薛費氏事後檢定(scheffe)比較組別間的差異。在進行變異數分析前，先做變異數同質性檢定，結果各變項均無顯著差異，顯示並未違反變異數同質的條件。

變項中的身體質量指數(BMI)、自覺體型、自覺健康、每週零用錢的某些類別人數太少，考慮變項分佈的偏態性，因此將其合併。身體質量指數(BMI)中的『肥胖』與『過重』合併為『過重或肥胖』。自覺體型中的『很胖』與『稍胖』合併為『胖』，『稍瘦』與『很瘦』合併為『瘦』。自覺健康中的『非常好』與『好』合併為『良好』，『不好』與『非常不好』合併為『不好』。每週零用錢中的『101~500』與『501~1000』合併為『100以上』。

一、個人內在影響因素

(一)、含糖飲料知識

背景因素變項中與含糖飲料知識之關係如表4-4-1，顯示研究對象的含糖飲料知識會因「性別」($t=-1.817, p<0.01$)之不同而有顯著差異。由平均值發現，女生的營養知識得分高於男生。分析原因，一般青少年女生比較關心體重的問題，且較在意身材，進而導致與激發女生去瞭解相關的營養知識，且對本身的身體與營養有較深入的知識與研究，所以得分高於男生，這結果與Mahshid Pirouznia (2001) 和 Monneuse et al. (1997) 的研究相同。且含糖飲料知識亦會因「年級」

($F=7.99, p<0.001$) 而有差異。三年級的含糖飲料知識優於二年級，二年級的知識意優於一年級，顯示隨著年齡的增長，對於含糖飲料的知識更為豐富。研究對象的含糖飲料知識還會因「自覺健康」($F=5.716, p<0.01$) 而有差異，其中顯示自覺身體狀況愈不好者，含糖飲料知識愈佳，分析其原因，青少年時期的學生，在意外貌及體能，會更加注意其營養知識，故其對含糖飲料營養態度較自覺「標準」和自覺「瘦」良好。；反之，自覺身體狀況良好者，對於含糖飲料知識較不足。此外，含糖飲料知識在「社經地位程度」($F=3.903, p<0.01$) 方面亦有顯著差異，社經地位愈高者含糖飲料知識愈豐富，反之亦然。其他變項如身體質量指數、自覺體型、每週零用錢比較皆無顯著差異存在。



表4-4-1 背景因素變項與含糖飲料知識之關係

自變項	類別	N	平均值	標準差	t 值/F 值	Scheffe 比較
性別	1. 男生	259	76.19	12.82	-1.817 **	2>1
	2. 女生	246	78.16	11.5		
年級	1. 一年級	171	74.15	11.35	7.99***	3>2>1
	2. 二年級	172	78.64	11.91		
	3. 三年級	162	78.72	12.9		
身體質量 (BMI)	1. 體重過輕	204	77.29	12.76	0.033	
	2. 理想體重	244	77.1	12.14		
	3. 過重和肥胖	57	76.84	10.7		
自覺體型	1. 胖	219	77.35	11.5	0.335	
	2. 標準	186	76.6	12.97		
	3. 瘦	100	77.73	12.22		
自覺健康	1. 良好	196	75.3	13.08	5.716**	3>2>1
	2. 普通	260	77.72	11.66		
	3. 不好	49	81.5	10.21		
每週零用錢	1. 0 元	90	79.19	11.12	1.853	
	2. 1-100 元	237	76.29	12.12		
	3. 101 元以上	178	77.27	12.81		
社經地位	1. 低社經地位	212	76.16	12.85	3.903**	4>3>2>1
	2. 中低社經地位	202	76.6	11.6		
	3. 中社經地位	62	79.35	11.31		
	4. 中高社經地位	29	83.45	11.77		

註：*：P<.05 **：P<.01 ***P<.001

(二)、拒絕飲用含糖飲料自我效能

背景因素變項中與拒絕飲用含糖飲料自我效能之關係如表 4-4-2，顯示研究對象拒絕飲用含糖飲料自我效能會因「年級」、「自覺健康」、「每週零用錢」與「社經地位程度」之不同而有顯著差異。

「年級」($F=7.97, p<0.001$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現一年級拒絕含糖飲料自我效能優於二年級，且二年級優於三年級。在「自覺健康」($F=4.739, p<0.01$)方面，顯示自覺健康愈良好者，拒絕飲用含糖飲料自我效能越高；反之，自覺健康不良者，拒絕飲用含糖飲料的自我效能越低。在「每週零用錢」($F=9.213, p<0.001$)方面，沒有零用錢者優於零用錢1~100元者，零用錢1~100元者又優於零用錢100元以上者，此顯示出零用錢越少，拒絕飲用含糖飲料自我效能就越高。「社經地位程度」($F=4.739, p<0.01$)顯示出社經地位越高者，拒絕飲用含糖飲料自我效能就越高。其他變項的性別、身體質量指數(BMI)、自覺體型之比較皆無顯著差異存在。

表4-4-2 背景因素變項與拒絕飲用含糖飲料自我效能之關係

自變項	類別	N	平均值	標準差	t 值/F 值	Scheffe 比較
性別	1. 男生	259	3.33	0.76	-1.75	
	2. 女生	246	3.44	0.73		
年級	1. 一年級	171	3.56	0.67	7.97***	1>2>3
	2. 二年級	172	3.36	0.82		
	3. 三年級	162	3.24	0.71		
身體質量 (BMI)	1. 體重過輕	204	3.44	0.76	0.872	
	2. 理想體重	244	3.39	0.75		
	3. 過重和肥胖	57	3.3	0.69		
自覺體型	1. 胖	219	3.36	0.7	0.397	
	2. 標準	186	3.4	0.76		
	3. 瘦	100	3.43	0.84		
自覺健康	1. 良好	196	3.51	0.73	4.739**	1>2>3
	2. 普通	260	3.33	0.75		
	3. 不好	49	3.22	0.74		
每週零用錢	1. 0 元	90	3.64	0.74	9.213***	1>2>3
	2. 1-100 元	237	3.39	0.69		
	3. 101 元以上	178	3.25	0.8		
社經地位	1. 低社經地位	212	3.3	0.76	2.697*	4>3>2>1
	2. 中低社經地位	202	3.41	0.75		
	3. 中社經地位	62	3.47	0.74		
	4. 中高社經地位	29	3.7	0.6		

註：*：P<.05 **：P<.01 ***P<.001

(三)、自覺體型

背景因素變項中與自覺體型之關係如表4-4-3，顯示研究對象自覺體型會因「身題質量指數 (BMI)」與「每週零用錢」之不同而有顯著差異。

「身題質量指數 (BMI)」 ($F=1.36, p<0.001$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現BMI指數落在體重過輕者大於標準體重者，且亦大於體重過重與肥胖者。在「每週零用錢」 ($F=5.98, p<0.01$) 方面，則顯示出沒有零用錢者大於零用錢1~100原者，亦大於零用錢100元以上者。其他變項的性別、年級、自覺健康與社經地位之比較皆無顯著差異存在。



表4-4-3 背景因素變項與自覺體型之關係

自變項	類別	N	平均值	標準差	t 值/F 值	Scheffe 比較
性別	1. 男生	259	1.91	0.79	4.431	
	2. 女生	246	1.61	0.7		
年級	1. 一年級	171	1.74	0.74	1.696	
	2. 二年級	172	1.85	0.77		
	3. 三年級	162	1.7	0.77		
身體質量 (BMI)	1. 體重過輕	204	2.28	0.71	1.36***	1>2>3
	2. 理想體重	244	1.5	0.58		
	3. 過重和肥胖	57	1.04	0.19		
自覺健康	1. 良好	196	1.79	0.73	2.047	
	2. 普通	260	1.71	0.76		
	3. 不好	49	1.94	0.85		
每週零用錢	1. 0 元	90	1.97	0.8	5.98**	1>2>3
	2. 1-100 元	237	1.78	0.74		
	3. 101 元以上	178	1.63	0.74		
社經地位	1. 低社經地位	212	1.72	0.74	2.071	
	2. 中低社經地位	202	1.75	0.77		
	3. 中社經地位	62	1.98	0.8		
	4. 中高社經地位	29	1.68	0.76		

註：*：P<.05 **：P<.01 ***P<.001

二、個人外在影響因素

(一)、含糖飲料社會支持

背景因素變項中與含糖飲料社會支持之關係如表4-4-4~4-4-6，在同儕影響方面，顯示研究對象的含糖飲料同儕支持會因「年級」、「每週零用錢」的不同而有顯著差異。

「年級」($F=3.09, p<0.01$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現「二年級」學生的社會支持-同儕間平均得分顯著高於「三年級」學生及「一年級」學生，分析其原因「一年級」學生剛上國中尚未熟悉班上同學，「三年級」學生則是面臨基測壓力，放學後必須留校或到補習班，因此「二年級」學生較高於「三年級」學生及「一年級」。「每週零用錢」($F=6.21, p<0.01$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現每週零用錢「101元以上」學生的社會支持平均得分顯著高於其他學生。

在學校老師影響方面，顯示研究對象的含糖飲料老師支持會因「年級」的不同而有顯著差異。「年級」($F=6.19, p<0.01$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現「二年級」學生的社會支持-同儕間平均得分顯著高於「一年級」學生及「三年級」。其他變項性別、身體質量指數(BMI)、自覺健康、社經地位之比較皆無顯著差異存在。在家長影響方面，各項變數亦無顯著差異存在。

表4-4-4 背景因素變項與社會支持-同儕之關係

自變項	類別	N	平均值	標準差	t 值/F 值	Scheffe 比較
性別	1. 男生	259	2.30	0.66	-0.768	
	2. 女生	246	2.35	0.68		
年級	1. 一年級	171	2.24	0.78	3.08*	2>3>1
	2. 二年級	172	2.41	0.63		
	3. 三年級	162	2.32	0.57		
身體質量 (BMI)	1. 體重過輕	204	2.33	0.77	0.56	
	2. 理想體重	244	2.33	0.60		
	3. 過重和肥胖	57	2.24	0.57		
自覺健康	1. 良好	196	2.29	0.74	0.425	
	2. 普通	260	2.35	0.60		
	3. 不好	49	2.31	0.74		
每週零用錢	1. 0 元	90	2.17	0.72	6.21**	3>2>1
	2. 1-100 元	237	2.29	0.69		
	3. 101 元以上	178	2.45	0.60		
社經地位	1. 低社經地位	212	2.35	0.69	1.98	
	2. 中低社經地位	202	2.35	0.64		
	3. 中社經地位	62	2.30	0.75		
	4. 中高社經地位	29	2.04	0.46		

註：*：P<.05 **：P<.01 ***P<.001

表4-4-5 背景因素變項與社會支持-家長之關係

自變項	類別	N	平均值	標準差	t 值/F 值	Scheffe 比較
性別	1. 男生	259	2.40	0.78	-0.583	
	2. 女生	246	2.43	0.65		
年級	1. 一年級	171	2.43	0.76	0.034	
	2. 二年級	172	2.42	0.58		
	3. 三年級	162	2.40	0.80		
身體質量 (BMI)	1. 體重過輕	204	2.41	0.79	0.032	
	2. 理想體重	244	2.42	0.56		
	3. 過重和肥胖	57	2.41	0.98		
自覺健康	1. 良好	196	2.41	0.71	0.032	
	2. 普通	260	2.42	0.73		
	3. 不好	49	2.44	0.69		
每週零用錢	1. 0 元	90	2.34	0.66	2.06	
	2. 1-100 元	237	2.38	0.55		
	3. 101 元以上	178	2.50	0.91		
社經地位	1. 低社經地位	212	2.39	0.67	1.46	
	2. 中低社經地位	202	2.48	0.82		
	3. 中社經地位	62	2.38	0.51		
	4. 中高社經地位	29	2.22	0.58		

註：*：P<.05 **：P<.01 ***P<.001

表4-4-6 背景因素變項與社會支持-學校老師之關係

自變項	類別	N	平均值	標準差	t 值/F 值	Scheffe 比較
性別	1. 男生	259	1.74	0.59	-0.97	
	2. 女生	246	1.79	0.53		
年級	1. 一年級	171	1.83	0.55	6.19**	2>1>3
	2. 二年級	172	1.81	0.62		
	3. 三年級	162	1.64	0.49		
身體質量 (BMI)	1. 體重過輕	204	1.77	0.55	1.00	
	2. 理想體重	244	1.78	0.58		
	3. 過重和肥胖	57	1.66	0.54		
自覺健康	1. 良好	196	1.78	0.55	0.317	
	2. 普通	260	1.76	0.57		
	3. 不好	49	1.72	0.58		
每週零用錢	1. 0 元	90	1.74	0.52	0.59	
	2. 1-100 元	237	1.79	0.55		
	3. 101 元以上	178	1.74	0.60		
社經地位	1. 低社經地位	212	1.76	0.54	0.725	
	2. 中低社經地位	202	1.79	0.56		
	3. 中社經地位	62	1.73	0.67		
	4. 中高社經地位	29	1.64	0.50		

註：*：P<.05 **：P<.01 ***P<.001

(二) 含糖飲料媒體影響力

背景因素變項中與含糖飲料媒體影響力之關係如表4-4-7，顯示研究對象的含糖飲料媒體影響力會因「年級」、「每週零用錢」之不同而有顯著差異。

「年級」(F=4.90, p<0.01)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現「二年級」學生的電視廣告影響力平均得分顯著高

於「三年級」學生及「一年級」學生，分析其原因「一年級」學生花較多時間適應國中生活，包含課業及人際關係，「三年級」學生則花較多時間面對基測及上網。

「每週零用錢」(F=5.55, p<0.01)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現每週零用錢「101元以上」學生的社會支持平均得分顯著高於其他學生。

表4-4-7 背景因素變項與含糖飲料媒體影響力之關係

自變項	類別	N	平均值	標準差	t值/F值	Scheffe 比較
性別	1. 男生	259	2.37	0.65	-2.462	
	2. 女生	246	2.50	0.60		
年級	1. 一年級	171	2.32	0.61	4.90**	2>3>1
	2. 二年級	172	2.52	0.64		
	3. 三年級	162	2.45	0.62		
身體質量 (BMI)	1. 體重過輕	204	2.41	0.65	0.28	
	2. 理想體重	244	2.44	0.57		
	3. 過重和肥胖	57	2.48	0.78		
自覺健康	1. 良好	196	2.45	0.71	0.13	
	2. 普通	260	2.43	0.57		
	3. 不好	49	2.41	0.60		
每週 零用錢	1. 0元	90	2.32	0.63	5.55**	3>2>1
	2. 1-100元	237	2.39	0.59		
	3. 101以上	178	2.55	0.67		
社經地位	1. 低社經地位	212	2.47	0.65	1.22	
	2. 中低社經地位	202	2.44	0.64		
	3. 中社經地位	62	2.41	0.58		
	4. 中高社經地位	29	2.23	0.46		

註：*：P<.05 **：P<.01 ***P<.001

三、含糖飲料消費行為

從背景因素分別探討『含糖飲料消費類別』、『含糖飲料消費頻率』、『每次含糖飲料消費的金額』、『每星期含糖飲料消費的數量』等含糖飲料消費行為。

(一)、含糖飲料消費類別

背景因素變項中與含糖飲料消費類別之關係如表4-4-8，顯示研究對象的含糖飲料消費類別會因「性別」、「年級」、「每週零用錢」的不同而有顯著差異。

「性別」($T=3.56, p<0.001$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現「男生」的含糖飲料消費類別平均顯著高於「女生」。這個結論和李坤霖(2004)以國小高年級學童為研究對象相同，男生含糖飲料飲用的次數高於女生；與吳芳菁(2000)、單文珍(2003)、楊淑苓(2005)以國中生為對象之研究結果相近，男生的含糖飲料飲用量顯著比女生多；與胡心怡(2005)、劉貞秀(2007)以高中生為對象之研究結果相似，男生的飲料飲用量顯著比女生多。

「年級」($F=4.24, p<0.05$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現「二年級」學生的含糖飲料消費類別顯著高於「三年級」學生且「三年級」學生顯著高於「一年級」。「每週零用錢」($F=13.36, p<0.001$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現每週零用錢「101元以上」學生的含糖飲料消費類別顯著高於零用錢「1~100元」的學生，且零用錢「1~100元」的學生的含糖飲料消費類別顯著高於零用錢「0元」的學生。

表4-4-8 背景因素變項與含糖飲料消費類別之關係

自變項類別	N	平均值	標準差	t 值/F 值	Scheffe 比較	
性別	1. 男生	259	2.52	0.63	3.65***	1>2
	2. 女生	246	2.34	0.49		
年級	1. 一年級	171	2.34	0.56	4.24*	2>3>1
	2. 二年級	172	2.52	0.59		
	3. 三年級	162	2.45	0.56		
身體質量 (BMI)	1. 體重過輕	204	2.44	0.58	0.163	
	2. 理想體重	244	2.44	0.57		
	3. 過重和肥胖	57	2.39	0.57		
自覺健康	1. 良好	196	2.42	0.6	0.358	
	2. 普通	260	2.43	0.55		
	3. 不好	49	2.6	0.6		
每週零用 錢	1. 0 元	90	2.3	0.61	13.36***	3>2>1
	2. 1-100 元	237	2.36	0.53		
	3. 101 元以上	178	2.61	0.58		
社經地位 程度	1. 低社經地位	212	2.43	0.58	1.247	
	2. 中低社經地位	202	2.46	0.56		
	3. 中社經地位	62	2.45	0.63		
	4. 中高社經地位	29	2.24	0.54		

註：*：P<.05 **：P<.01 ***P<.001

(二)、含糖飲料消費頻率

背景因素變項中與含糖飲料消費類別之關係如表4-4-9，顯示研究對象的含糖飲料消費類別會因「性別」、「自覺健康」、「每週零用錢」的不同而有顯著差異。

「性別」($T=1.427, p<0.05$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現「男生」的含糖飲料消費頻率顯著高於「女生」。「自覺健康」($F=3.064, p<0.05$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現「自覺健康不良」學生的含糖飲料消費頻率顯著高於「自覺健康標準」學生及「自覺健康良好」學生。「每週零用錢」($F=27.58, p<0.001$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現每週零用錢「101元以上」學生的含糖飲料消費頻率顯著高於零用錢「1~100元」的學生與零用錢「0元」的學生。



表4-4-9 背景因素變項與含糖飲料消費頻率之關係

自變項	類別	N	平均值	標準差	t 值/F 值	Scheffe 比較
性別	1. 男生	259	3.22	0.78	1.427*	1>2
	2. 女生	246	3.09	0.65		
年級	1. 一年級	171	3.08	1.01	1.418	
	2. 二年級	172	3.13	1.02		
	3. 三年級	162	3.27	1.07		
身體質量 (BMI)	1. 體重過輕	204	3.16	1.08	0.17	
	2. 理想體重	244	3.14	1.02		
	3. 過重和肥胖	57	3.23	0.93		
自覺健康	1. 良好	196	3.02	1.05	3.064*	3>2>1
	2. 普通	260	3.24	0.97		
	3. 不好	49	3.29	1.19		
每週零用錢	1. 0 元	90	2.67	1.03	27.58***	3>2>1
	2. 1-100 元	237	3.04	0.91		
	3. 101 元以上	178	3.56	1.05		
社經地位程度	1. 低社經地位	212	3.27	1.06	2.078	
	2. 中低社經地位	202	3.13	1.05		
	3. 中社經地位	62	3	0.85		
	4. 中高社經地位	29	2.86	0.99		

註：*：P<.05 **：P<.01 ***P<.001

(三)、每次含糖飲料消費的金額

背景因素變項中與每次含糖飲料消費的金額之關係如表 4-4-10，顯示研究對象的含糖飲料消費類別會因「每週零用錢」的不同而有顯著差異。

「每週零用錢」($F=3.085, p<0.05$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現每週零用錢「101元以上」學生的每次含糖飲料消費金額顯著高於零用錢「1~100元」的學生與零用錢「0元」的學生。



表4-4-10 背景因素變項與每次含糖飲料消費的金額之關係

自變項	類別	N	平均值	標準差	t 值/F 值	Scheffe 比較
性別	1. 男生	259	1.97	0.99	1.156	
	2. 女生	246	1.87	0.76		
年級	1. 一年級	171	1.89	0.95	0.277	
	2. 二年級	172	1.91	0.85		
	3. 三年級	162	1.96	0.87		
身體質量 (BMI)	1. 體重過輕	204	1.84	0.78	1.398	
	2. 理想體重	244	1.98	1		
	3. 過重和肥胖	57	1.93	0.8		
自覺健康	1. 良好	196	1.95	0.97	0.764	
	2. 普通	260	1.88	0.77		
	3. 不好	49	2.02	1.09		
每週零用錢	1. 0 元	90	1.81	1.07	3.085*	3>2>1
	2. 1-100 元	237	1.87	0.83		
	3. 101 元以上	178	2.05	0.85		
社經地位程度	1. 低社經地位	212	1.91	0.88	1.862	
	2. 中低社經地位	202	1.99	0.94		
	3. 中社經地位	62	1.69	0.59		
	4. 中高社經地位	29	2	1.07		

註：*：P<.05 **：P<.01 ***P<.001

(四)、每星期含糖飲料消費的數量

背景因素變項中與含糖飲料消費類別之關係如表4-4-11，在每星期含糖飲料消費的數量方面，顯示研究對象的含糖飲料消費數量會因「性別」、「每週零用錢」的不同而有顯著差異。

「性別」($T=3.87, p<0.001$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現「男生」的每星期含糖飲料消費的數量顯著高於「女生」。「每週零用錢」($F=6.33, p<0.01$)，經薛費氏事後檢定比較組別間的差異情形，發現每週零用錢「1~100元」學生的含糖飲料消費數量顯著高於零用錢「101元以上」的學生與零用錢「0元」的學生。



表4-4-11 背景因素變項與每星期含糖飲料消費的數量之關係

自變項	類別	N	平均值	標準差	t 值/F 值	Scheffe 比較
性別	1. 男生	259	11.44	12.65	3.87***	1>2
	2. 女生	246	8.08	5.78		
年級	1. 一年級	171	9.09	11.69	0.86	
	2. 二年級	172	9.95	8.54		
	3. 三年級	162	10.49	9.64		
身體質量 (BMI)	1. 體重過輕	204	10.03	11.57	0.289	
	2. 理想體重	244	9.47	8.52		
	3. 過重和肥胖	57	10.4	10.36		
自覺健康	1. 良好	196	10.4	12.25	0.793	
	2. 普通	260	9.58	8.75		
	3. 不好	49	8.55	5.76		
每週零用錢	1. 0 元	90	90	2.34	6.33**	2>3>1
	2. 1-100 元	237	237	2.39		
	3. 101 元以上	178	178	2.5		
社經地位程度	1. 低社經地位	212	10.1	9.19	1.968	
	2. 中低社經地位	202	10.35	12.04		
	3. 中社經地位	62	8.85	6.75		
	4. 中高社經地位	29	5.83	4.4		

註：*：P<.05 **：P<.01 ***P<.001

第五節 個人內外影響之關係及其對含糖飲料行為之探討

一、個人內在影響與外在影響之相關分析

本研究以皮爾森積差相關來分析個人內在影響因素(自我效能、營養知識、自覺體型)與外在因素影響(同儕、家長、老師、電視廣告)，結果呈現如表4-5-1所示。

由相關係數矩陣，可以清楚的看出變數之間的兩兩關係，除了「自我效能」與「自覺體型」、「營養知識」與「自我體型」、「營養知識」與「家長」、「同儕」與「自覺體型」、「自覺體型」與「學校老師」無達到顯著性外，其餘變項皆達到顯著水準，表示兩兩變數間是存有關係的。其中以「同儕」與「電視廣告」的正向相關性最高，表示同儕間可能會在學校討論電視廣告；而「自覺體型」與「電視廣告」的負向相關性最低，表示個人體型較不受電視媒體影響。

表4-5-1 個人內在影響與外在影響之相關分析矩陣

	1	2	3	4	5	6	7
1. 自我效能	1						
2. 營養知識	0.103**	1					
3. 自覺體型	0.047	0.009	1				
4. 同儕	-0.216**	-0.185**	-0.03	1			
5. 家長	-0.141**	-0.032	-0.077**	0.352**	1		
6. 學校老師	0.108**	-0.066**	-0.12	0.378**	0.379**	1	
7. 電視廣告	-0.201**	-0.105**	-0.076**	0.415**	0.219**	0.272**	1

註:*表示p值<0.05 **表示p值<0.01

二、飲用含糖飲料行為之多元迴歸分析

本研究採用逐步迴歸，由各自變項與依變項的相關高低，來決定哪些預測變項應進入迴歸模型或淘汰出局，依 p 值達0.05的顯著水準為主， $p \leq 0.05$ 即選入模型中；此外，在進行多元迴歸分析之前，為了解投入的自變項之間是否具有共線性關係，因此對各變項進行共線性診斷。若自變項間相關程度過高，造成自變項與因變項共變分析上的扭曲現象，依據Kleinbaum, Kupper & Muller (1978)所提出之共線性診斷原則，容忍度 (Tolerance) 小於0.25與膨脹係數 (VIF) 大於10的情形表示有共線性。

投入七個解釋變數後，經由逐步迴歸分析，各解釋變項皆有達到顯著水準，且並無共線性問題，因此將這七個解釋變數納入模型中，分別為「自我效能」、「營養知識」、「自覺體型」、「同儕影響」、「家長影響」、「學校老師影響」、「電視廣告」，得到一個解釋最多「飲用含糖飲料行為」變異量的最佳迴歸模式，其結果如表4-5-2所示。

由飲用含糖飲料行為之逐步多元迴歸分析，顯示整個模式的考驗達顯著水準 ($F=47.912$, $p<0.001$)，「自我效能」、「營養知識」、「自覺體型」、「同儕影響」、「家長影響」、「學校老師影響」、「電視廣告」可解釋飲用含糖飲料行為20%的變異量。且七個變項的 β 值皆達顯著水準，對研究對象飲用含糖飲料行為具有預測力。由表4-5-2得知，同儕、家長、老師、電視廣告的影響力越高，則飲用含糖飲料行為越多；拒絕含糖飲料自我效能越強、含糖飲料相關知識越佳，則飲用含糖飲料行為越少。其中以「同儕影響力」 ($\beta=0.255$, $p<0.001$) 對學生飲用含糖飲料行為之預測力最大。

表 4-5-2 飲用含糖飲料行為之多元迴歸分析

變 項	標準化迴歸 係數 (β)	t值	容忍度(Tolerance)	膨脹係數(VIF)
自我效能	-0.126	-4.863 ***	0.891	1.123
營養知識	-0.092	-3.682***	0.960	1.042
自覺體型	0.087	3.541***	0.992	1.008
同儕	0.255	8.926***	0.732	1.367
家長	0.069	2.583**	0.834	1.199
學校老師	0.093	3.330***	0.766	1.305
電視廣告	0.089	3.236***	0.795	1.258

註： *：P<.05 **：P<.01 ***P<.001 $R^2=0.2$ F值=47.912***



第五章 結論與建議

第一節 結論

根據本研究目的、研究假設與研究結果，綜合之結論如下：

- 一、本研究對象，男女各約佔受試者的一半；各年級約佔受試者的1/3；身體質量指數（BMI）有48.3%的人為理想體重；每週可自由支配零用錢以1-100元為多；自覺體型方面以「標準」較多；自覺健康方面以「普通」佔51.5%為最多；平時飲料的選用以「低糖」飲料較多；最常購買飲料的地點為「便利商店」；受試對象有83%其住家附近有販賣含糖飲料的商店；父母親最高教育程度有46.7%為「高中或高職」；父親職業以「半技術工作」者為最多，母親職業則以「非技術性工作」為最多；家庭社經地位以「低社經組」佔42%為最多。
- 二、研究對象對於飲用含糖飲料相關知識有良好的認知，滿分為100分，全體平均得分為77.1；全部15題中答對9題以上者共佔研究對象總人數的94.3%。研究對象「性別」和含糖飲料相關知識呈顯著差異，女生的得分高於男生；「年級」亦和含糖飲料相關知識呈顯著差異，年級越高，含糖飲料知識越豐富。此外，「自覺健康」、「社經地位程度」和含糖飲料相關知識亦有顯著差異。
- 三、研究對象對於拒絕飲用含糖飲料自我效能偏向中等，滿分為5分，全體平均得分為3.38。研究對象「年級」、「自覺健康」、「每週零用錢」、「社經地位程度」和拒絕含糖飲料自我效能呈顯著差異。經薛費事後檢定比較組別間的差異情形發現，發現年級越低，拒絕含糖飲料自我效能越高。自覺健康愈良好者，拒絕飲用含糖飲料自我效能越高。在「每週零用錢」方面，零用錢越少，拒絕飲用含糖飲料自我效能就越高。而社經地位越高者，拒絕飲

用含糖飲料自我效能也越高。

四、研究對象對於飲用含糖飲料社會支持並不高，滿分為5分，研究對象在飲用飲料方面所獲得社會支持個平均分數均不超過3，其中來自家長的支持較多，且提供的支持多為曾購買含糖飲料請我喝。在同儕影響方面，顯示研究對象的含糖飲料同儕支持會因「年級」、「每週零用錢」的不同而有顯著差異。經薛費氏事後檢定比較後發現「二年級」學生的社會支持-同儕間平均得分顯著高於「一年級」及「三年級」學生。每週零用錢「101元以上」學生的社會支持平均得分顯著高於其他學生。在學校老師影響方面，「二年級」學生的均得分顯著高於「一年級」及「三年級」學生。

五、研究對象對於含糖飲料電視廣告的感受程度為「中等程度」，滿分為5分，全體平均得分為2.43；顯示研究對象的含糖飲料媒體影響力～電視廣告會因「年級」、「每週零用錢」之不同而有顯著差異。經薛費氏事後檢定比較發現「二年級」學生的電視廣告影響力平均得分顯著高於「三年級」及「一年級」學生。「每週零用錢」方面，每週零用錢「101元以上」學生的電視廣告影響力平均得分顯著高於其他學生。

六、研究對象最常飲用的含糖飲料依序為「茶飲料」、「運動飲料」、「純果汁」、「非百分之百純蔬果汁」、「乳酸飲料」、「碳酸飲料」、「調味乳」、「加味水」，且有八成以上的研究對象表示過去一週曾飲用過「茶飲料」，顯示「茶飲料」為現代青少年族群普遍飲用之飲料種類。

七、含糖飲料消費行為方面，「男生」的含糖飲料消費類別、消費頻率與消費數量顯著高於「女生」。每週零用錢「101元以上」學

生的含糖飲料消費類別、消費頻率與消費金額顯著高於零用錢「1~100元」與「0元」的學生。「自覺健康不良」學生的含糖飲料消費頻率顯著高於「自覺健康標準」及「自覺健康良好」學生。「二年級」學生的含糖飲料消費類別顯著高於「三年級」與「一年級」學生。

八、相關係數探討，以「同儕」與「電視廣告」的正向相關性最高($r=0.415$)，表示同儕間可能會在學校討論電視廣告；「自我效能」與「營養知識」間也呈現正向相關性($r=0.103$)。

九、經由多元迴歸分析~逐步迴歸顯示，整個模式的考驗達顯著水準($F=47.912$, $p<0.001$)，「自我效能」、「營養知識」、「自覺體型」、「同儕影響」、「家長影響」、「學校老師影響」、「電視廣告」可解釋飲用含糖飲料行為20%的變異量。且七個變項的 β 值皆達顯著水準，對研究對象飲用含糖飲料行為具有預測力。同儕、家長、老師、電視廣告的影響力越高，則飲用含糖飲料行為越多；拒絕含糖飲料自我效能越強、含糖飲料相關知識越佳，則飲用含糖飲料行為越少，其中以「同儕影響力」($\beta=0.255$, $p<0.001$)對學生飲用含糖飲料行為之預測力最大。

第二節 建議

根據本研究結果、討論與結論，以下分別就未來研究及教育上提出具體建議：

一、對未來研究的建議

(一) 研究對象

本研究對象僅以桃園縣國中學生為研究對象，研究結果推論僅限於該縣市學生，無法推論至其他地區青少年的飲料消費行為，故將來在時間、經費的允許下，可以擴大取樣範圍，普遍了解青少年的含糖飲料消費行為，以提供教育及衛生行政單位更有意義的參考資料。

(二) 研究方式

限於人力與時間，本研究採橫斷式、量性研究，所以研究結果無法做深入的質性探討。且因為飲料飲用情況調查是研究對象以事後回憶的方式，回答過去一週的飲用情況，可能會導致記憶上的誤差。建議未來研究可以請教師、家長協助，並配合課程的實施，讓研究對象以每天紀錄的方式記錄下飲料飲用情形，以獲得更精確的資料。

(三) 研究工具

本研究工具所使用的問卷為參考國內外文獻所編制而成的，經過專家效度與信度考驗，雖可用於此次的研究對象，但對於其他不同年齡、區域之族群仍有待後續研究，建議未來研究者可參考已完成之研究，開發更適合於各階層的飲用行為問卷。

(四) 研究內容

從研究結果得知，本研究變項對於飲用含糖飲料行為的預測力為20%，表示尚有許多影響變項未包括在本研究中，故將來可再深入探討或增加晤談，了解影響飲用含糖飲料行為之其他變項。

(五) 研究地區

由於本研究樣本含糖飲料供應管道多元，學校飲水機供應亦方便普及，因此較難比較出飲料、飲用水供應情形對研究對象飲用含糖飲料情形的關係，建議未來研究可以選擇不同地區進行城鄉地區的比較，以探討不同社區環境下的飲料飲用行為。

二、對教育單位的建議

(一) 加強飲料營養教育

雖自民國88年以後，含糖飲料不准進駐國中以下校園，且學校都設有飲水機，但是因學校週遭商店購買含糖飲料極為便利，研究對象中仍有許多人習慣飲用含糖飲料。現今便利超商林立，含糖飲料種類多樣化，要學生不接觸到含糖飲料似乎是一件困難的事情，加上受同儕影響，常會一起購買含糖飲料，一起討論飲料的電視廣告。因此，應加強教導學生如何正確選擇有利的飲料來飲用，並利用營養午餐的規劃宣導，或營養教育介入與設計教學活動的方式，多次強化學生內在之正向態度，使學生能有正確飲用含糖飲料之觀念。

(二) 增強家庭教育

電視廣告與便利超商為吸引學生購買含糖飲料的因素之一，在此大環境下，由家庭社經地位資料顯示，社經地位越高者，孩子拒絕飲用含糖飲料自我效能就越高，故家庭教育在飲用行為上亦扮演

重要角色。家長可為學生準備水壺、早餐飲品，並協助學生培養正確的含糖飲料飲用觀念與零用錢的正確使用觀念，如此有助於學生在學校外選擇正確的飲料。因此，應用家庭教育宣導管道培養家長的營養觀念與家庭教育責任亦為增進學生健康的途徑之一。

三、對飲料業者的建議

便利商店與連鎖飲料店為學生購買含糖飲料的主要地點，故相關單位應教育學校週邊業者提供健康的飲料，才可增進商譽，吸引顧客長期購買，且可多提供一些低糖甚至無糖以及富含纖維素、維生素的飲料、果汁，讓消費者有個更健康的選擇，利人利己。



參考文獻

一、中文參考文獻

王世泯（1992）。臺北市國小學童營養知識、態度及飲食行為調查研究。國立台灣師範大學家政教育研究所碩士論文，未出版，台北。

王素梅、李河水、華傑（1995）。1995年我國不含酒精飲料產業之市場結構。台灣銀行季刊，48(3)，306-341。

王淑媛（2005）。飲料與調酒。台北：龍騰。

古欣卉(2006)。國中生飲用含糖飲料行為、網路成癮及其相關影響因素之關聯探討。國立雲林科技大學技術及職業教育研究所碩士論文，未出版，雲林。

朱珮君（2005）。國小兒童從眾行為對零食購買決策影響之研究。世新大學觀光所碩士論文，未出版，台北。

行政院衛生署（2008）。行政院衛生署衛生法規。

行政院衛生署（2008）衛生署食品衛生處食品資訊網。Retrieved January 14, 2008, from <http://food.doh.gov.tw/foodnew/>

行政院衛生署(2008)兒童與青少年肥胖與過瘦定義資訊網。Retrieved January 14, 2008, from http://nutri.tmu.edu.tw/networks/new_page_20.htm

李仁芳（1980）。管理心靈。台北：商務。

李芝靜、余若芸（1998）。生活形態區隔之學生購買飲料行為模式與行銷策略之研究—以大台北地區為例。銘傳學刊，9(2)，43-62。

李淑靜（2003）。國小六年級學童零食飲料消費狀況以及父母和學校態度相關性之探討—以台南縣市為例。國立台南師範學院社會科

- 教學碩士班碩士論文，未出版，台南。
- 李坤霖（2004）。台中市國小高年級學童的含糖飲料飲用行為及其影響因素之研究。國立台中師範學院環境教育研究所碩士論文，未出版，台中。
- 李蘭、陸玟玲、李隆安、黃美維、潘伶燕、鄧肖琳（1995）。台灣地區成人的健康行為探討：分佈情形、因素結構和相關因素。中華公共衛生雜誌，14(4)，358-368。
- 李蘭、陳重弘、吳裴瑤、潘文涵(1994)。台北市八十學年度國中新生的節食意向研究-理性行動理論的應用。中華衛誌，3(5)，419-431。
- 兒童福利文教基金會(2007)。兒童日常飲品與飲水習慣調查資源網。Retrieved January 14, 2008, from http://www.children.org.tw/database_report.php?id=190&typeid=4&offset=5
- 林豐瑞、許雅琴、簡君玲、許雅菁（1999）。茶飲料消費決策型態之研究—以屏科大學生為例。民意研究季刊，207，86-113。
- 林耕年（1979）。應用食品化學。台南：復文。
- 林佳蓉、曾明淑、高美丁、葉文婷、潘文涵（1999）。國民營養健康狀況變遷調查(NAHSIT) 1993-1996—臺灣地區四至十二歲兒童飲食習慣調查。中華民國營養學會雜誌，24(1)，81-97。
- 林薇(1998)。幼兒飲食行為形成及影響因素。家政教育學報，1，42-58。
- 林宜親、林薇（2000）。青少年體型意識與節制飲食行為之研究。中華公共衛生雜誌，19(1)，33-41。
- 林伯岳（2001）。優酪乳消費者行為之研究—以台中地區居民為例。私立東海大學企業管理研究所碩士論文，未出版，台中。
- 吳明隆（2000）。SPSS 統計應用實務。台北：松崗。
- 吳芳菁(2000)。桃園縣國中學生飲用市售飲料狀況與相關因素研究。

- 國立台灣師範大學衛生教育研究所碩士論文，未出版，台北。
- 吳裴瑤（1992）：從行為影響因素探討臺北市某國民中學一年級學生節制飲食的意向及行為。國立台灣師範大學衛生教育研究所碩士論文，未出版，台北。
- 高毓婷（2001）。台北都會區青少年消費文化初探—以兩所不同社會階級學區的國中為例。台灣師範大學教育研究所碩士論文，未出版，台北。
- 胡心怡（2005）。營養教育介入對高中生飲料營養知識、態度及行為之研究調查。中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文，未出版，台北。
- 胡蘭沁(2002)：由零用錢之運用探討中小學生消費行為之社會化。台南師院學報，35，227-266。
- 洪惠娟(1986)。台北市高中(職)學生消費行為之研究。中國文化大學家政學研究所碩士論文，未出版，台北。
- 郭婉萍（2000）。某專科女學生減重意圖及其相關因素之研究。國立台灣師範大學衛生教育研究所碩士論文，未出版，台北。
- 美國哈佛大學研究報告(2008) 波仕特線上市調網。Retrieved January 14, 2008, from <http://www.pollster.com.tw/report/89/index.htm>
- 英國醫學雜誌(2008) 大紀元資訊網。Retrieved January 14, 2008, from <http://news.epochtimes.com/b5/8/2/1/n1998247.htm>
- 康清雲、黃蔚綱、陳麗婷（2001）。台灣北部地區國中學生白開水飲用行為及其相關因素。公共衛生，28(1)，25-36。
- 梁雅雯（1997）。台北市實習及住院醫師營養知識、態度及行為之研究。德育學報，13，99-105。

- 許惠玉 (1995)。驅離含糖飲料。消費者報導，168，11-13。
- 許惠玉 (2003)：台北市兒童體位、飲食行為與家長營養知識、行為及飲食教養之關係。台北醫學院保健營養學系碩士論文，未出版，台北。
- 陳玉欣 (1998)。國中生飲食行為及相關因子的流行病學研究。國立臺灣大學流行病學研究所碩士論文，未出版，台北。
- 陳柏因 (1999)。青少年一年消費四千億--X 世代消費觀與賺錢學。財訊月刊，207，148。
- 陳琪婷、謝邦昌、陳政雄 (2000)。休閒運動與飲料消費型態相關性之研究。中華家政學刊，29，112-134。
- 教育部統計處 (2005)。九十三學年度國民中小學學生健康狀況調查。Retrieved January 14, 2008, from http://www.edu.tw/EDU_WEB/EDU_MGT/PHYSICAL/EDU7663001/health/hplan/940601170130.doc
- 董氏基金會網站 (2003)。食品營養特區-體內環保。Retrieved January 14, 2008, from <http://www.jtf.org.tw/JTF04/New91/04-03.asp>
- 單文珍 (2003)。桃園市國中生含糖飲料消費及其影響因素研究。國立台灣師範大學衛生教育研究所碩士論文，未出版，台北。
- 康健雜誌 (2007)。親職加油站—7 招讓小朋友愛喝水，101。
- 康清雲、黃蔚綱、陳麗婷 (2001)。台灣北部地區國中生白開水飲用行為及其相關因素。公共衛生，28(1)，25-36。
- 漆梅君 (2001)。透視消費者—消費者行為理論與應用。臺北：學富。
- 孫志麟 (1991)。自我效能的基本概念及其在教育上的應用。教育研究雙月刊，22，47-54。

- 徐新逸、黃麗鈴 (1999)。學業成就自我效能影響因素之探討。諮商與輔導，160，2-5。
- 梁雅雯 (1997)。台北市實習及住院醫師營養知識、態度及行為之研究。德育學報，13，99-105。
- 曾明淑、高美丁、葉文婷、潘文涵 (1999)。臺灣地區居民之飲食特性--NAHSIT 1993-1996。中華民國營養學會雜誌，24(1)，59-80
- 彭田、郭憲文、邱淑玲(1992)。中部專科學生對西式速食攝食行為的比較研究。公共衛生，19(3)，267-275。
- 黃香瑜 (1998)。基隆市國中學生飲料消費行為研究。國立台灣師範大學家政教育研究所碩士論文，未出版，台北。
- 黃淑貞、姚元青 (1999)。大學生的健康信念、飲食相關自我效能與飲食行為研究。師大學報，44(1)，43-53。
- 張玉鳳 (2001)。台北市某國中生攝取蔬果行為相關因素之研究。國立台灣師範大學衛生教育研究所碩士論文，未出版，台北。
- 張淑珍 (1987)。某大學女生體型意識、肥胖度、健康與飲食生活關係之研究。國立陽明醫學院公共衛生研究所碩士論文，未出版，台北。
- 教育部 (2005)。教育部全球資訊網-校園飲品及點心販售範圍。Retrieved January 14, 2008, from <http://www.cles.tcc.edu.tw/sss/service%20web/rules/%AE%D5%B6%E9%B6%BC%AB~%C2I%A4%DF%B3c%B0%E2%BDd%B3%F2.htm>
- 楊淑苓 (2005)。台北縣永和地區國中學生飲用飲料行為及其相關因素之研究。國立台灣師範大學衛生教育研究所碩士論文，未出版，台北。
- 楊佳欣 (2003)。飲食消費主題教學對國中生消費知識態度與行為效果之試探性研究。國立台灣師範大學人類發展與家庭學系在職進

修碩士班碩士論文，未出版，台北。

蔡佩珊(2001)。台北市某國中學生飲用含糖飲料行為及其影響因素之研究。國立台灣師範大學衛生教育研究所碩士論文，未出版，台北。

劉貞秀(2007)。台北縣高職餐飲科學生飲用含糖飲料行為及其影響因素之研究。中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文，未出版，台北。

營養與人生(朱巧豔、蕭佳華譯)(2003)。台北：五南。(原著出版年:1997年)

魏燕蘭、林薇、蕭寧馨、王瑋(1992)。我國護理人員的營養態度與行為調查研究。中華民國營養學會雜誌，17，185-200。

聶啟美(1998)。某國小學童母親低脂飲食行為及其影響因素之研究。國立台灣師範大學衛生教育研究所碩士論文，未出版，台北。

二、西文參考文獻

Blackwell, Miniard & Engel (2001), Consumer Behavior, 9th.ed.

Dennison, B.A., & Rockwell, H.L.(1997)Excess fruit juice consumption by preschoolaged children is associated with short stature andobesity.*Pediatrics*,99(1),15-23.

Eppright, E. S., Fox, H. M., Fryer, B . A., Lamkin, G. H., & Vivian, V. M. (1970). Nutrition knowledge and attitudes of mothers. *Journal of Home Economics*, 62(5), 327-332.

Engel J.F., Blackwell R.D., Miniard P.W.(1990): "Consumer Behavior" The Dryden Press, NY.

Frank, G. C. (1997). Methodological issues regarding eating behavior of

- high-risk adolescents. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 817, 66-82.
- Foley, C. S., Vaden, A. G., Newell, G. K. & Dayton, A. D. (1983). Establishing the need for nutrition education: II elementary student's nutrition knowledge, attitudes and practices. *Journal of the American Dietetic Association*, 83(5), 564-568.
- Garn, S. M., Cole, P. E., & Bailey, S. M. (1977). Effect of parental fatness levels on the fatness of biological and adoptive children. *Ecology of Food and Nutrition*, 7, 91-93.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K.A. (2004). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (9th ed.). New York: McGraw Hill.
- Huffman, G.B.(1997) Impact of excess juice intake on growth in young children. *American Family Physician*,55(8),2803-2804.
- Jennifer, H., Heather, M., & Christopher, S. (2000). Educating young consumer- a food choice model. *International Journal of Consumer Studies*, 24(2), 113-123.
- Ludwig, D. S., Peterson, K. E., & Gortmaker, S. L. (2001). Relation between consumption of sugar- sweetened drinks and childhood obesity: A prospective, observational analysis. *Lancet*, 357, 505-508.
- McIlveen ,J. W. H. & Strugnell,C (1999).Food choices of 9-17-year olds in Northern Ireland - influences and challenges. *Nutrition & Food Science*, 5, 229-236.
- Mahshid Pirouznia (2001). The association between nutrition knowledge and eating behavior in male and female adolescents in the US. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 52, 127-132.
- Nakao, H., Aoyama, H., & Suzuki, T. (1990). Development of eating behavior and its relation to physical growth in normal weight

- preschool children. *Appetite*, 14, 45-57.
- Olvera-Ezzell, N., Power, T. G. , Cousins , J . H . (1990). Maternal Socialization of Children's Eating Habits: Strategies Used by Obese Mexican-American Mothers. *Child Development*, 61(2), 395-340.
- Ohio AAP (2003) . Ohio AAP Statement on Softdrink Contract in Schools.
Retrieved November1, 2005, from the World Wide Web:
<http://www.ohioaap.org/softdrinks.htm>
- Rampersaud, G. C., Bailey, L. B. & Kauwell, G. P. A.(2003). National survey beverage consumption data for children and adolescents indicate the need to encourage a shift toward more nutritive beverages. *Journal of the American Dietetic Association*, 103(1), 97-100.
- Rosemary Duff (1999). Children's drinks – what children really think. *Nutrition & Food Science*, 99 (3) , 136-139
- Shanthy, A. (2002). Beverage choices of young females: Change and impact on nutrient intake. *Journal of the American Dietetic Association*, 102, 1234-1239.
- Simone, A., Bing, H., & Jonne, F. (2003). National trends in soft drink consumption among children and adolescent age 6 to 17 years: Prevalence, amounts, and sources, 1997/1978 to 1994/1998. *Journal of the American Dietetic Association*, 103, 1326-1331.
- Tilson, E. C., McBride, C. M., Albright, J. B., & Sargent, J.D. (2002). Smoking, exercise and dietary behaviors among mothers of elementary school-aged children in a rural North Carolina county. *The Journal of Rural Health*, 18(4), 547-555.
- Troiano, R. P., Flegal, K.M., Kuczmarski, R.J., Campbell, S.M. ,and Johnson, C.L. (1995) Overweight prevalence and trends for children

and adolescents: the National Health and Nutrition Examination Surveys, 1963 to 1991. Arch Pediatr Adolesc Med, 149, 1085-1091.



桃園縣國中學生飲用含糖飲料消費行為之研究

問卷編號：_____

親愛的同學：

你好！這是一份有關學生飲用含糖飲料行為的調查問卷，主要的目的是想了解青少年對飲用「含糖飲料」行為的看法。本問卷採不記名的方式，所得結果僅供學術研究，不做其他用途，請你放心。請仔細閱讀以下各問題後，依據你個人的實際狀況填寫(請務必每一題都作答)，因為你提供的寶貴意見，將會使本研究更有價值。謝謝你的協助！

祝 健康快樂！ 學業進步！

中國文化大學生活科學應用研究所

指導教授：林慧生 博士

研究生：李恩鈺 敬上

中華民國九十七年九月

【填答說明】

1、本問卷所指之「含糖飲料」是指目前市面上所販售之不論包材(如：鋁箔包、紙盒、易開罐、塑膠瓶、玻璃瓶等)含有糖分之飲料，包括「茶類、碳酸飲料、咖啡、純果汁、非百分之百純蔬果汁、運動飲料、調味乳、乳酸飲料、加味水」等九種飲料。

- (1) 茶飲料(紅茶、綠茶、烏龍茶、奶茶、加味茶等)
- (2) 碳酸飲料(可樂、沙士、其他汽水等)
- (3) 咖啡飲料
- (4) 純果汁
- (5) 非百分之百純蔬果汁(如：柳橙汁、木瓜牛奶、果菜汁等)
- (6) 運動飲料
- (7) 調味乳
- (8) 乳酸飲料(如：養樂多、優酪乳等)
- (9) 加味水(如：鮮果純水、檸檬水、果漾等)

2、請依照您的想法，選擇最適當之答案，每一題皆須填答，請勿漏答。

第壹部分 含糖飲料自我效能

針對下列這種情況，同時有白開水、無糖飲料和含糖飲料讓你選擇飲用，衡量自己不喝含糖飲料的難易度。

- | | 非
常
容
易 | 容
易 | 中
立
意
見 | 困
難 | 非
常
困
難 |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. <u>當我口渴時</u> ，要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 ----- | <input type="checkbox"/> |
| 2. <u>當天氣炎熱時</u> ，要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 --- | <input type="checkbox"/> |
| 3. <u>購買早餐時</u> ，要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 ----- | <input type="checkbox"/> |
| 4. <u>從事靜態活動時</u> （如：看電影），要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 ----- | <input type="checkbox"/> |
| 5. <u>從事劇烈運動後</u> （如：打球），要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 ----- | <input type="checkbox"/> |
| 6. <u>有人請我喝含糖飲料時</u> ，要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 ----- | <input type="checkbox"/> |
| 7. <u>當家中有含糖飲料時</u> ，要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 ----- | <input type="checkbox"/> |
| 8. <u>當用餐後</u> ，要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 ----- | <input type="checkbox"/> |
| 9. <u>當我有零用錢時</u> ，要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 | <input type="checkbox"/> |
| 10. <u>當外出遊玩時</u> ，要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 -- | <input type="checkbox"/> |
| 11. <u>當與親友一同慶祝特別節日</u> （如：生日、聖誕節）時，要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 ----- | <input type="checkbox"/> |
| 12. <u>當我體重過重時</u> ，要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 | <input type="checkbox"/> |
| 13. <u>當我心情沮喪時</u> ，要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 | <input type="checkbox"/> |
| 14. <u>當下課休息時</u> ，要我選擇不喝含糖飲料，對我而言是 - | <input type="checkbox"/> |

第貳部份 含糖飲料營養知識量表

請在下列敘述中，選擇你所知道的答案。

認為「正確」者請在「正確」的空格□打✓。

認為「不正確」者，請在「錯誤」的空格□打✓。

- | | 正確 | 錯誤 |
|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 含糖飲料的甜味是來自所加入的果糖、蔗糖。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. 多吃精製糖如果糖、蔗糖等，對人體的健康有益。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. 人體所需的營養都可以充分的從含糖飲料中獲得。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. 多喝含糖飲料，少吃飯一樣可以很健康。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. 可以多喝含糖飲料作為補充人體水分的來源 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. 常喝含糖飲料會肥胖。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. 常喝含糖飲料會蛀牙。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. 常喝含糖飲料會讓人攝取過多的熱量。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. 為了維持健康，三餐應該以各類食物為主要的熱量來源。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. 五穀根莖類食物中能提供人體的主要營養素是醣類。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. 要有健康的身體，應該以富含蛋白質的食物作為熱量的主要來源。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. 1 公克糖所產生的熱量比 1 公克的脂肪多。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13. 吃太多的糖，在人體內會轉變成蛋白質。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. 肥胖是引起許多慢性病的主要病因。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15. 每天暴飲暴食，只要多運動就不會變胖。 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

第參部份 個人外在影響因素量表

請就過去半年內，你生活週遭同儕、家長、學校老師，曾出現題目所述情形的頻率予以回答，請於適當□內✓。

	同儕	家長	學校老師
1. 會提供含糖飲料相關訊息給我。	從 很 有 常 總 未 少 時 常 是 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	從 很 有 常 總 未 少 時 常 是 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	從 很 有 常 總 未 少 時 常 是 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2. 與我討論有關含糖飲料的話題。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3. 曾經購買含糖飲料請我喝。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4. 會限制我去購買含糖飲料來飲用。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5. 常與我一起購買含糖飲料。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6. 會鼓勵我飲用含糖飲料。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

以下是含糖飲料電視廣告，對你飲用含糖飲料行為的影響情形，請在適合的□內✓。

7. 在電視廣告中，含糖飲料出現的頻率？

從未 很少 有時 常常 總是

8. 你相信這些廣告內容嗎(如：增加體內益菌、養顏美容…)?

從未 很少 有時 常常 總是

9. 你會因為廣告內容，而去購買該含糖飲料嗎？

從未 很少 有時 常常 總是

10. 你會因為自己喜歡的偶像出現於廣告內容中代言含糖飲料，而去購買該含糖飲料嗎？

從未 很少 有時 常常 總是

第肆部份 含糖飲料消費行為量表

請依據你飲用含糖飲料的頻率，選出一個最能代表你喝含糖飲料實際情況的答案，請於右邊適當□內打✓。

幾乎不喝：每月少於 1 次
 很少會喝：每月 2~3 次
 偶爾會喝：每週 1~2 次
 常常會喝：每週 3~6 次
 總是會喝：每天 1 次以上

含糖飲料消費類別

	幾 乎 不 喝	很 少 會 喝	偶 爾 會 喝	常 常 會 喝	總 是 會 喝
1. 茶飲料（紅茶、綠茶、奶茶、烏龍茶）	<input type="checkbox"/>				
2. 碳酸飲料（可樂、沙士、其他汽水）	<input type="checkbox"/>				
3. 咖啡飲料	<input type="checkbox"/>				
4. 純果汁	<input type="checkbox"/>				
5. 非百分之百純蔬果汁（如：柳橙汁、蘋果汁、木瓜牛奶、果菜汁等）	<input type="checkbox"/>				
6. 運動飲料	<input type="checkbox"/>				
7. 調味乳	<input type="checkbox"/>				
8. 乳酸飲料（如：養樂多、優酪乳等）	<input type="checkbox"/>				
9. 加味水（如：鮮果純水、檸檬水、果漾等）	<input type="checkbox"/>				

請您回憶一下，這一個星期，你喝過下列哪些飲料？喝了多少次呢？請在後面格子裡寫上您總共喝了幾次。如果沒有喝的，請寫上0。

含糖飲料類別	次 數
1. 茶飲料（紅茶、綠茶、奶茶、烏龍茶）	
2. 碳酸飲料（可樂、沙士、其他汽水）	
3. 咖啡飲料	
4. 純果汁	
5. 非百分之百純蔬果汁（如：柳橙汁、蘋果汁、木瓜牛奶、果菜汁等）	
6. 運動飲料	
7. 調味乳	

8. 乳酸飲料（如：養樂多、優酪乳等）	
9. 加味水（如：鮮果純水、檸檬水、果漾等）	

1. 這些含糖飲料主要是在哪裡購買的呢？（可以複選）

(1) 便利商店（全家、萊爾富、7-11） (2) 自動販賣機

(3) 超級市場（包括量販店） (4) 流動攤販 (5) 速食店

(6) 連鎖飲料店（清心福全、CoCo、50嵐…） (7) 其他：_____。

2. 你每次大約會花多少錢買含糖飲料呢？

(1) 20元以下 (2) 21~40 元之間 (3) 41~60 元之間 (4) 61~80

元之間 (5) 81~100 元之間 (6) 100 元以上 (7) 其他_____

元。

3. 你大約多久買一次含糖飲料？

(1) 從不買含糖飲料 (2) 一星期1次 (3) 一星期2~3次

(4) 一星期4~5次 (5) 一星期5次以上。

第五部份 個人背景基本資料表：

1. 性別： (1) 男 (2) 女

2. 年級： (1) 一年級 (2) 二年級 (3) 三年級

3. 身高：_____公分；體重：_____公斤

4. 每週可運用的零用錢約多少？

(1) 0元 (2) 1~100元 (3) 101~500元 (4) 501~1000元

(5) 1000元以上

5. 你認為你的體型是： (1) 很胖 (2) 稍胖 (3) 標準 (4) 稍瘦 (5) 很瘦

6. 你覺得你的健康情形為：

(1) 非常好 (2) 好 (3) 普通 (4) 不好 (5) 非常不好

7. 你平常飲用的飲料是選用： (1) 無糖 (2) 低糖 (3) 全糖

8. 你們家附近有沒有隨時可以買到含糖飲料的商店？ 有 沒有 不知道

9. 父母的教育程度：

(1) 父親：(1) 國中以下 (2) 高中/高職 (3) 專科 (4) 大學 (5) 碩士或博士

(2) 母親：(1) 國中以下 (2) 高中/高職 (3) 專科 (4) 大學 (5) 碩士或博士

10. 父母的職業：請分別選出您的父親和母親的職業（請從下頁的職業欄中找出適合的職業圈選，並將代碼填在空格處，若找不到適合的職業，請在其它處填寫職業名稱）。

例如：我的父親是郵差，則代碼是 4。

父親職業：_____ 其它：_____

母親職業：_____ 其它：_____

1	2	3	4	5
大專校長	中小學校長	技術員	技工	工廠工人
大專老師	中小學老師	技佐	水電匠	學徒
醫師	法官	護士	店員	小販
大法官	監察官	委任公務人員	小店主	佃農
科學家	推事	金融機構行員	零售員	漁夫
特及或簡任公務人員	律師	出納員	推銷員	清潔工
立法委員	工程師	縣市議員	自耕農	工友
監察委員	建築師	鄉鎮民代表	司機	臨時工
考試委員	會計師	批發商	裁縫師	女傭
董事長	薦任工務員	包商	廚師	服務生
總經理	公司行號科長	代理商	美容師	大樓管理員
將級軍官	院轄市議員	尉級軍官	美髮師	家庭主婦(夫)
	經理	警察	郵差	無業
	襄理	消防隊員	士、官兵	退休
	協理	船員	打字員	
	副理	秘書	領班	
	校級軍官	代書	監工	
	警官	演員		
	作家	服裝設計師		
	畫家			
	音樂家			
	記者			

本問卷到此全部結束，非常感謝你（妳）的作答，
請檢查是否有遺漏之處！再次謝謝你（妳）的協助！