

台北海洋科技大學
食品科技與行銷系碩士班

碩士論文

中高齡者對保健食品消費行為之研究-以蜆精(錠)為例
The Consumer Behavior in Dietary Supplement in Middle-
Aged and Elderly People : A Case Study of Clam Essence

研 究 生：陳力瑜

指導教授：胡秀媛 博士

中華民國一〇七年七月十日

台北海洋科技大學食品科技與行銷系碩士班

Taipei University of Marine Technology

Department of Food Technology and Marketing

Management

碩士論文

Thesis for the Degree of Master

中高齡者對保健食品消費行為之研究-以蜆精(錠)為例

The Consumer Behavior in Dietary Supplement in Middle-Aged and Elderly People : A Case Study of Clam Essence

指導教授：胡秀媛 (Hu Hsiu Yuan)

研究生：陳力瑜 (Chen Li Yu)

中華民國一〇七年七月十日

10, JULY 2018

中高齡者對保健食品消費行為之研究-以蜆精(錠)為例

摘要

現今，消費者不再被動的生病就醫，而是希望能更主動積極的維護健康。因此，保健食品便在這種需求下應運而生。從國人對於醫療保健的消費支出逐年增加，至全球保健食品市場規模成長的預估，在在顯示保健食品市場的蓬勃發展。綜觀我國對於保健食品相關的研究中，雖有中高齡者與保健食品相關主題研究，但其中並無以蜆精(錠)為主軸進行消費行為相關調查。因此，本研究認為中高齡者保健食品消費行為有進一步探討之必要，尤其是針對蜆精(錠)等相關產品。

基於上述，本研究運用量化問卷調查方式以探究中高齡者對於保健食品消費行為等問題，並以蜆精(錠)為例。研究結果指出：蜆錠消費動機以「產品認知」與「購買情境」兩構面的為主要關注的面向，而認同度最低的為「個人」構面中的「想吃保養品時，我會選擇蜆錠」。此亦代表，蜆錠對於受訪者的吸引力仍有努力的空間，但透過媒體、網路等推薦是深受肯定的管道。另一方面，蜆錠消費需求以「便利」構面的認同度最高，而認同度最低的為「價格」構面的「蜆錠成份實在且平價是需要的」。此亦代表，販售蜆錠的專業性相對於蜆錠價格問題更受到受訪者的重視；就不同背景的受訪者對於蜆錠消費動機的分析可知，不同的學歷的受訪者將影響其對於消費動機中對「社會文化」的認知，其中具有高中職及大專（學）學歷的受訪者認知高於學歷為初中（含）以下的受訪者；是否曾食用過蜆錠的經驗將影響受訪者對於消費動機中的「產品認知」及「購買情境」的認同度；就不同背景的受訪者對於蜆錠消費需求的分析可知，不同性別的受訪者將影響其對於消費需求中對「品牌」、「價格」及「功能」的認知；是否曾食用過蜆錠的經驗將影響受訪者對於消費需求中的「功能」及「便利」的認同度。希冀本研究結果能對此議題提供些許助益與建議。

關鍵字：中高齡者、保健食品、消費行為、消費動機、消費需求