

奇異果營養知識、態度與食用意向之研究-KAP模式實證

張錦瑞, 賴文琳

企業管理學系

管理學院

ccj@chu.edu.tw

摘要

奇異果是營養密度最高的水果，其功效及食用推廣值得關注。先前有關奇異果的研究，係以奇異果介入探討與健康相關症狀之改善，如幫助排便、改善血小板凝集預防血栓產生、穩定情緒改善睡眠障礙等，顯示奇異果的營養價值與保健功能已獲肯定。然而奇異果的營養價值是否獲得消費者的認知，從而反應在購買食用意向或行為的增加，是值得探討的問題。目前有關奇異果消費行為的研究較欠缺，本研究運用KAP (Knowledge、Attitude、Practice) 概念建立研究架構進行實證，採問卷調查法回收有效問卷409份，使用SPSS及VisualPLS進行分析。研究結果顯示：購買或食用奇異果的主要因素是受到家庭成員及親朋好友的影響；一半以上的消費者在購買時，會選擇水果專賣店；而大多數的人會因為特價促銷及展售試吃而去選購。另外消費者對奇異果營養知識的正確率約20%，卻有正面的態度與食用意向。消費者對奇異果營養知識較重要的認知項目為維他命E、抗氧化、及低鈉高鉀；奇異果營養知識會顯著正向影響態度，而態度亦會正向影響奇異果的食用意向，亦即知識會經由態度影響行為意向。

關鍵字：奇異果、營養知識、態度、食用意向、PLS