

時間使用型態對早餐消費行為之研究

林琴斐

摘 要

隨著社會結構與生活型態的改變，現今台灣民眾早餐外食普遍，早餐店遍地開花，僅連鎖早餐店的數量便已超越全台便利商店。

本研究旨在探討不同時間使用型態者的早餐消費行為與兩者間的關係，以及消費者如何判定特定食物是否適合作為早餐。本研究採質性方法，包含時間使用日記與焦點團體訪談，透過全日活動與飲食紀錄與團體討論相互驗證，歸納出六種早餐型態，並解釋西式速食為何能成為台灣人普遍食用的早餐。研究發現如下：

- 一、彈性工作時間組不分工作日或休息日均較常省略早餐，顯示延後上課或工作的時間無助於提升食用早餐頻率。其早餐的消費特性有：金額高、份數多，並大多屬於「健康目的型」、「被迫食用型」與「享樂型」。
- 二、固定工作時間者僅於假日省略早餐，消費特性為：單人食用量、通常於工作地點或途中食用，重視順路與速度勝於美味或裝潢氣氛。此組的人多屬於「熱愛早餐型」、「補充體力型」與「例行事務型」。
- 三、雖參與者均曾從媒體或專家得知早餐相關建議，然而食物的特性：「溫熱、鹹食、便於單手食用與攜帶、份量介於正餐與點心之間」才是影響民眾選擇早餐的因素。漢堡、三明治等食物除具備前述特性，更因個人化與組合多變，而成為廣受台人歡迎的早餐。

關鍵詞：時間使用、早餐飲食、早餐店、食物選擇