

長庚科技大學
幼保專題實務

4 個月到 1 歲嬰幼兒的飲食社群開發
-以林口地區托嬰中心為例

研究學生：黃紓嫻、黃筠洳、黃筱琦
指導老師：林昌本老師

中華民國 111 年 1 月

摘要

在這忙碌的世代，大多數都是雙薪家庭，大人們外食為主的趨勢逐漸增長，對於寶寶們的飲食方面，是自己動手做還是購買市面上的嬰幼兒副食品調理包呢？市售的調理包提供雙薪家庭快速、方便與節省時間的優勢，但其新鮮度、食材成份相對需要考慮的，自己動手做的優點在於食材自己挑選，寶寶的健康也都能顧及到，安心的食用。許多新手爸媽對於副食品的認知一開始會認為過程繁瑣而退卻，但想親手製作副食品給寶寶吃，卻又不知從何下手。網際網路的崛起也是讓新手爸媽多一個參考，因此，身為研究者的我們想為有嬰幼兒的家長們建立有關於 4 個月至一歲嬰幼兒飲食的社群媒體開發。

本研究第一部分在蒐集文獻從中探討 0~1 歲嬰幼兒口腔發展、副食品和嬰幼兒發展、添加理由、添加階段、社群媒體行銷，讓副食品與社群媒體做結合。

第二部分概述研究架構、流程(發放、收回、分析問卷內容以及製作副食品的過程)、對象(托嬰中心的家長)、工具(社群媒體 Facebook、Instagram、Youtube、Line)。

第三部分可分為實作、研究型

(研究型)首先瞭解 4 個月至一歲幼兒的照顧者製作副食品的頻率及認知、對社群媒體的創立比較想要獲得什麼；最後會再發放回饋問卷給有瀏覽過研究者創立的社群專業的使用者，並分析使用成效；(實作型)進行副食品的實際操作及社群媒體的開發經營，我們也會詳細講解製作副食品的食材、盛裝器具、製作方式；開發社群媒體會放上理念、LOGO、分別功能、以及經營方式，最後研究者也會加上創立過程的困難。

關鍵詞:副食品、社群媒體、糊、泥、粥

參考文獻

- 王惠君（2018）。**社群媒體 Facebook 之行銷管理策略-以平價成衣批發商為例**。朝陽科技大學企業管理系碩士論文，台中市。
- 余顯漁（2019）。**Facebook 粉絲頁關鍵使用者形象分析研究**。銘傳大學資訊工程學系碩士班碩士論文，台北市。
- 吳佩芯（2012）。**台灣嬰幼兒體位與營養狀況之探討**。輔仁大學營養科學系碩士論文，新北市。
- 李昱頡（2021）。**YouTube 影響力行銷關鍵因素之探討**。國立陽明交通大學經營管理研究所碩士論文，新竹市。
- 林明秀（2019）。**社群媒體使用經驗之研究 ---以 Instagram 為例**。世新大學企業管理研究所(含碩專班)碩士論文，臺北市。
- 胡玉梅（2018）。**遠離過敏從第一口副食品開始**。台北市。彩峰造藝印象股份有限公司。
- 陳美燕（2016）。**幼兒健康與安全**。新北市。群英出版有限公司。
- 曾涵筠（2021）。**加入知識型 IG 之意願及相關行為探索性研究**。國立中正大學企業管理系研究所碩士論文，嘉義縣。
- 黃楚真（2019）。**IG 社群媒體行銷實務研究**。國立高雄科技大學創業管理碩士學位學碩士論文，高雄市。
- 楊宗興（2017）。**兒童圖書館網站介面設計及 Facebook 社群行銷策略之研究**。國立臺北科技大學互動設計系碩士班（碩士在職專班）碩士論文，台北市。
- 劉語晴（2020）。**探討 YouTube 使用動機與消費者行為之關係: 以 YouTube 使用強度及平台可信度為調節變數**。國立中央大學企管系碩士論文，桃園縣。
- 鄭宜珉（2019）。**人初千日 寶寶副食品**。台北市。大和圖書有限公司。
- 賴誼禎（2015）。**Facebook 上的利益與風險之拉鋸：人氣需求與隱私顧慮對於 Facebook 隱私管理之影響**。國立中山大學行銷傳播管理碩士論文，高雄市。
- 蘇靜明（2005）。**探討學齡前兒童口腔狀況及顏面形態與最大咬合力之關係**。高雄醫學大學口腔衛生科學碩士在職專班碩士論文，高雄市。