

行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告

有機農產品消費者飲食生活知識管理之研究

計畫編號：NSC90-2412-H-005-001-SSS

執行期限：90 年 8 月 1 日至 91 年 7 月 31 日

主持人：董時歡 國立中興大學農業推廣教育研究所

台灣的農業在追求高科技，不重視環境保育工作的發展下，導致農產品污染情況嚴重，消費者面臨高飲食風險的窘狀，有志於避險者相繼投入有機農產品的飲食，卻面臨有機知識範圍廣泛，而且眾說紛云，莫衷一是的困境，知識管理成為追求有機飲食生活型態者的一大考驗。

本研究嘗試探索和分類有機農產品消費者所建立的飲食生活型態，以及在有機相關知識管理上的實施、問題情況、策略和所使用的知識科技，同時釐清飲食生活型態和知識管理方式間的關聯，期望能建立幾個能為一般消費大眾接受的有機飲食生活模式和知識管理策略，以健康的有機飲食生活型態的建立，裨益於有機農產品之穩定消費和有機農業之發展。

在有機飲食生活知識之內涵上，將以生活面知識為主，輔以生產和生態知識的架構，在生活知識上以產品購買、辨識、烹調和養生保健層面為重點；在知識管理的探討上，則以自主型和知覺型知識為主，著重於知識的選取、轉化、接受、創造、儲存、分享和使用等過程，同時注意其知識社會化、結合、內化和外化等轉換情況，嘗試將用於組織層面的知識管理概念，應用於個人和家庭的層次。

在研究方法上，將以參與觀察輔以深度訪談的方式為主，佐以簡單的背景資料問卷調查，研究者將以有機飲食實踐者的身份，對各參與的家庭進行飲食生活型態和知識管理的觀察紀錄和訪問。抽樣上將以判斷性抽樣和滾雪球抽樣方式，選取 30 至 50 戶採行有機飲食生活的家庭進行研究。

關鍵詞：有機農業、有機飲食、有機飲食、飲食生活型態、知識管理

Abstract

Taiwan's agricultural products have long been seriously polluted by chemical pesticides, fertilizers and other environmental pollutants, along with the endless pursuit of high-technology and negligence of environmental preservation. It consequently brings about a dietary-specific risk society to the general population. As a result, more and more people intend to practice organic dietary to avoid the risk. However, the knowledge management toward organic-specific dietary becomes a significant challenge for them as the knowledge domain is enormously wide and the expertises from variant sources are uncertain and different from time to time.

This study is aimed to examining the dietary-specific lifestyles among organic food consumers at the first place, and the practices, problems, strategies and knowledge technologies in organic knowledge management is explored in the mean time. An attempt is undertaken to establish some organic dietary models in this study to attract the general consumers to join in organic dietary. Besides, the linkage between these two concepts, dietary-specific lifestyles and knowledge management, is assumed as to discover the real relationship and hopefully to benefit the development and research of organic agriculture.

With regard to dietary-specific knowledge, a focus on life-specific dimension will be stressed mostly. The knowledge toward organic farming and environmental issues will be introduced afterwards. The knowledge concerning purchasing, identifying, cooking, and health caring toward organic foods will be emphasized and compared among various families. The so-called conscious knowledge and automatic knowledge will be the crucial knowledge types at this study. Moreover, the knowledge process of selection & acquisition, transformation, reception, generation, storage, share and utilization will be explored sequentially. And the knowledge conversion processes, such as socialization, combination, internalization, and externalization will be investigated after all.

An integration of participant observation and in-depth interviewing will be employed to collect the research data based on the family unit. The researcher will be a vital dietary actor to participate in the research setting. A survey research will simultaneously be utilized to gather some socio-demographic data to obtain a whole picture of the target informat group. In essence, the methodology rationale is a practice of triangulation. A judgment sampling and snowball sampling will be used to recruit the research sample at total to approximately 30 to 50 cases.

Keywords : Organic Farming, Organic Dietary, Vital Dietary, Dietary-specific Lifestyles, Knowledge Management

壹、 研究緣起

近代台灣農業在一昧追求科技神話的背後，我們目睹的卻是諸如環境生態污染、農藥殘毒嚴重、禽畜體內抗生素荷爾蒙過高，甚至食用魚、牡蠣都嚴重受到農藥、工業污染的窘境，複加上對基因改造食品的疑慮不安，面對著癌症病患人數節節高升的驚人事實，現今台灣的農產品消費者，遭逢的是農業科技過度發展後的高度複雜性、不可預測性和不可控制性，面臨了德國社會學家 Ulrich Beck 所言的「風險社會」(Risk Society) 的窘境，帶來了大眾莫大的恐懼不安。

面對農業科技風險和環境生態的惡劣發展，許多農產品消費者開始消費標榜無化肥、無農藥的有機農產品，甚至採行訴求低鹽、低油、低糖、無化學添加物的生機飲食方式，其目的無非在降低罹病的風險和減少對自然環境的破壞，但在付出較高的購買成本後，面對的卻常常是無窮盡，眾說紛紜、不知如何判別的有機消費、飲食知識，陷入了另一種資訊煙霾(Infosmog)的困境或說是知識風險。例如對於有機之定義各農場不一，要求標準模糊不清，加上既有認證制度分歧且公信力不足，假冒有機農產品充斥市場，消費者在判斷真偽產品上無所適從；而消費者即使購得有機農產品，如何正確的調理和吃食，從自然飲食論、營養學、宗教學、中西醫學以至民俗醫療論者，也是各有說法，莫衷一是。因此消費者同時面臨了如何獲取適當有機或生機飲食知識，如何將眾多知識消化整理，如何有效利用所選取知識於日常生活上，甚至如何說服家人朋友一同接受有機農產品和正確飲食知識的挑戰。此外，如何具備正確的知識以判斷所購買的是否為真的有機產品，供貨的農場是不是真的有機農場，在有機店購得的產品是否值得信賴，生機飲食調理的方式是否正確，甚至如何自己種植有機作物，都是一層層知識管理上的難題。消費者在時間有限下，面對的是知識爆炸下無所適從的無奈，如何以有效的知識管理，去達到避險和健康的最終目的，無疑是最迫切之務。

本質上，有機農產品之消費其實不祇是純粹消費而已，更是一種以飲食為中心的生活型態，尤其是生機飲食生活型態的養成，更必須讓個人諸多生活面都融入，同時從身體、心理和心靈層面著手，才能有效地改變個人對有機食品的態度和消費行為，使消費習慣持之以恆。因此消費者所面對的知識是很多樣性的，除了有機生產、消費知識外，更得融入諸如食品安全、健康醫療、氣功養生、心理衛生、生態環境保育、宗教等更廣層面的知識，以身心靈多方知識的投入，才能有效地實施生機飲食和生活，因此基本上它所涉入的知識相當多而廣。只是每個人的時間都是有限的，除了購買有機產品成本高之外，生機飲食更是一種需要大量時間投入的生活型態，因此如何做好有機和生機的知識管理，有效率的施行生機生活，在面對日益惡化的生活環境之下，是現代人追求健康和工作間平衡的一個痛苦抉擇，卻也是不得不面對的急務。

就有機農產品之消費群類型來看，其消費單位基本上以家庭為主，目前之消費群從純以「拒絕農藥、化肥，吃得安全」為主要訴求的「安心飲食生活型態」

以至於更進一步以「生食為重，吃得健康」為主要訴求的「純生機飲食生活型態」為兩個極端，前者並不避諱吃葷食，仍重調理口味，而後者則較避葷食，講求營養的有效攝取，其在飲食調理上要求較嚴格。而實際上此一分法為一連續性的分類型態，還有許多家庭是屬於部分安心飲食、部分生機飲食之型態，這些不同飲食生活型態者之知識管理方式、策略應有所差異，也有其形成之內外在根本原因。因此，本研究之主要目的如下：

- 一、探索和釐清與有機飲食生活相關之知識範圍和種類。
- 二、探索目前有機消費家庭之有機農產品消費情形和烹調飲食方式，並據以作飲食生活型態分類。
- 三、了解目前有機消費家庭之有機相關知識管理情況、策略和遭遇的問題。
- 四、了解不同有機飲食生活型態家庭之知識管理情況、策略、問題之異同和原因。

知識管理是知識經濟時代發展迅速的一個領域，可是以往研究多集中於組織面的層次，甚少論及個人或家庭層面，而且實證的研究並不多見，多為理論上之探討，因此本研究嘗試落實知識管理於個人家庭層次，並以實際之研究資料，期能補強知識管理理論不足之處。

貳、 理論與相關文獻探討

一、 有機、生機飲食與有機飲食生活型態

有機農業在目前並沒有統一的定義，只能大致歸結其強調一個與生態共容的生產系統（Krisoff, 1998），就有機一辭涵蓋的範圍來看，它包括了生產管理系統和產品本身兩個層面，前者重於生產面，也可以稱之為「有機農法」（Ricker, 1997）；而後者稱為「有機產品」或有機食品，則是有機農法經營下的產出物。Krisoff(1998)提及在論及市場行銷和競爭時，對於產品本身以及有機產品所具有的功能應是教育的重點，而有機農法觀念的灌輸則不是最重要的。

而有機產品的認證知識也是困擾頗大的議題，Hunter(1998)指出長期以來認證（Certification）的問題一直困擾著消費者，由於公營和民營組織都提供各種不同的有機產品認證，在各個組織所採取認證的方式和要求標準各異之下，五花八門的認證標章只是增加消費者的混淆，加上有少數農場亦自行推行各種有機產品的標章，有時更使得消費者產生不信任感。

台灣雖然在有機的推廣教育和研究上已行之有年，但推展的動力有限，陳嘉尚（1993）在其研究中即發現台灣有機推廣似乎太偏向於以農民為對象，忽略了消費者，尤其在有機農產品與生活的結合上之研究，更有待開發。McClelland（2000）指出由於對於健康之訴求增加，有機食品之消費勢必成為一種重要飲食生活型態。因此要推廣有機農業，促銷有機農產品，就必須從有機飲食做起，使其成為重要的替代性生活型態(Alternative Lifestyle)。

本研究所指有機飲食(Organic Dietary)是採較為廣泛的定義，並不等同於所謂的生機飲食，有機飲食只限定食物的來源為有機產品，並不刻意於限制食物烹調食用的方式，而生機飲食應是有機飲食的一種特殊型態，因此可說生機飲食一定是有機飲食，但有機飲食卻未必是生機飲食。生機飲食之定義依李秋涼(1998)之說法，是不吃動物性蛋白，不吃受到農藥、化學肥料、化學製劑（化學添加物、防腐劑、色素、香料）污染食品，也不吃人為加工精製或再製造的食品，而儘量將新鮮的植物性食物，以最天然的方式生食或與熟食搭配著食用之飲食型態，烹調講求的是少鹽、少糖、少油。因此其強調的是以有機農產品為主，拒動物性食物，採天然食用方式和以生食為重。不過也有論者以為生機飲食不應完全排除動物性食品，只要是未受到污染的肉類、魚類海鮮、蛋、奶類仍可攝取（陳明豐，1999）。基本上，生機飲食也並非一般所謂的素食，因為生機飲食者拒絕諸如素雞、素鴨、素魚等添加人工化學製劑的食品，也並非全部排斥動物性食物。另外有些生機飲食推廣者則強調在飲食中適量加入中藥材或濃縮合成之健康食品藥劑等，將中醫滋補的觀念引入，可說各派之說法有些許的差異，有時易造成生機飲食者知識採用之困擾，這是本研究所企望加以比較分析的。

談到農產品的消費習慣，與個人的生活型態（Lifestyle）有很大的關係，而像採生機飲食習慣者更可能形成替代性得生活型態，與一般大眾有所區隔。所謂的生活型態是一種個人在社會中對生活所特有的態度或行為，用以建立其社會關係以極形成個人階級地位的基礎（Soroka,1992）。綜合多位學者（Wamala et al., 1997; Cavidini et al.,1999;Barker et al.,2000; Siegan Riz et al., 2000; Shim & Gyo, 2000; Wood, 2000）的看法，生活型態大致上可以分為飲食（Diatary）、衣著（Clothing）、居住（Housing）、交通（Traffic）和活動（Physical Activities, 包括工作、運動、休閒等）等五個面向，各個層面彼此互有關連，也影響個人的社會關係和健康。不過其中與健康最有關係的，首推飲食生活型態，許多研究（如 Woodward et al.,1994; Wamala et al., 1997; Cavadini et al.,1999; Barker et al., 2000; Siega-Riz et al., 2000）都指出肥胖、心血管疾病和癌症等疾病和個人飲食生活型態有明顯的關聯，良好的飲食生活型態有助於個人身心健康，也牽涉到個人對於食物的選擇和調理烹調方式。

而有機飲食生活型態之形成，與個人在有機相關知識上的管理是息息相關

的，從各種層面知識的接觸、選擇、獲取、消化吸收、儲存、分享，以致於使用，其結果都與個人或其家庭的飲食生活型態之形成有莫大的關係；而飲食生活型態行程後，又進一步地影響個人在有機相關知識上的進一步管理策略和執行，兩者互為因果，相輔相成形成緊密的連結關係。Woodward 等人（1994）曾以吸煙者為研究對象，發現正確飲食知識缺乏，是形成不健康生活型態和疾病的原因之一，足見飲食知識的管理和生活型態間關係的探討，是有其必要性。

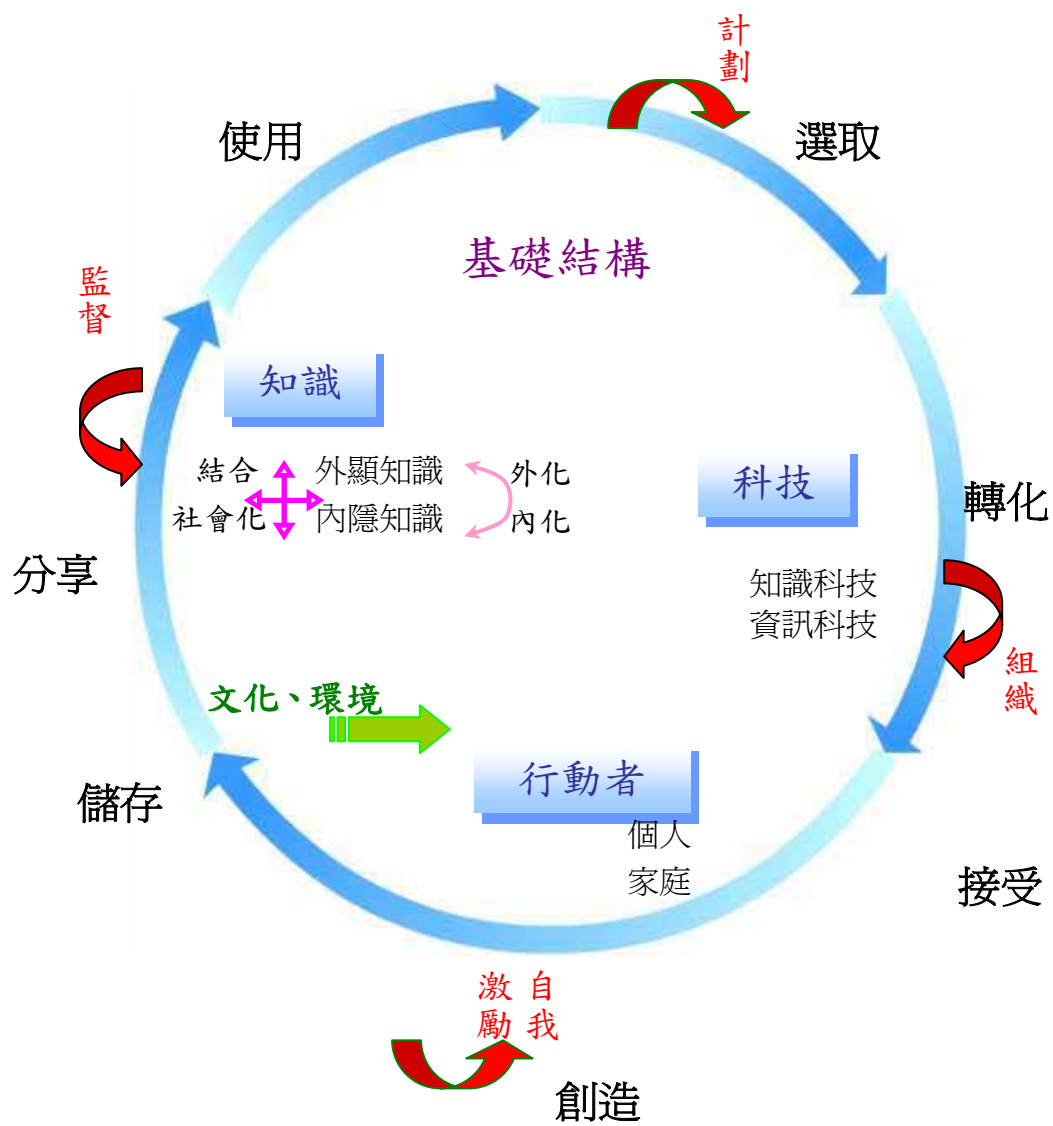
二、 知識之定義與知識管理

McDermott(1999)認為知識是資訊加入人類的思考後所形成的產物，資訊經由人的大腦思考轉型成為可以解決問題的見解，就是知識。因此知識是資訊經由思考加工後，具有關聯性和目的的加值(Value-added)產品。也有學者認為知識本質上是一個有助於人們採取行動的資訊，知識的形成有助於行動者作決策

（O'Dell & Grayson, 1998:3-5），因此知識是個人基於經驗、技能、態度，在收集大量資訊並刻意加以詮釋、賦予意義之後所具有的行動能力（uit Beijerse,1999）。Nonaka 和 Takeuchi(1995) 曾以企業經營的觀點，以組織之技術層面知識為軸，將其區分為外顯（Explicit）知識和內隱（Tacit）知識兩類，本研究對知識之論點，將以此一定義為主。

談論知識管理，知識的載體應將個人、團體、組織、社會網絡等區分開來討論（Armistead,1999）。一般談知識管理以組織為主，本研究則以個人為重。論及知識管理，有許多不同的詮釋角度和定義，綜合許多學者之定義，大致上可以將之歸納為三個思考的角度。第一是從知識轉型（Knowledge Conversion）的觀點切入，主要圍繞著外顯知識和內隱知識間的轉化過程和管理策略，將知識視為有其生命週期，因此知識管理可等同於知識生命週期的管理；第二種論點是以社會體系的概念立論，以知識或資訊體系的運作，論述知識的管理，重點在各次體系間知識的流通和效能管理；第三個角度則是從知識處理或過程（Knowledge Processes）的觀點來談，從組織或個人處理知識的程序來看不同階段的管理技巧和理念。

所謂的程序觀點，也就是列出知識處理的各種過程逐項討論，各程序間具有不全然序列性發生順序，而且是循環式的發生。本研究在參酌各作者對不同名辭之定義後，共列出知識的選取、轉化、接受、創造、儲存、分享和使用七個程序，作為本研究的探討架構。Daft(1993)曾定義管理為一種有效能、有效率地計劃、組織、領導和控制組織資源，以完成組織目標的過程。是以只要將這些管理的理念、程序應用於上述三種知識管理的論點中，其實都可以呈現知識管理的完整風貌。



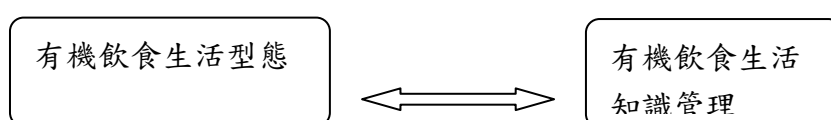
圖一 本研究所指知識管理結構圖

本研究嘗試建構一整合性的知識管理架構如圖一所示，作為本研究之理論上之基石。整個架構圖採用體系論的結構觀點，將行動者（有機消費者）、有機知識和科技視為體系內的主要基礎結構因素，復融入各因素間互動而產生的知識轉型和各種知識處理過程，形成一個緊密相依，各盡功能的結構關係。其中行動者指個人和家庭；科技則包含知識和資訊科技，為人腦與電腦科技的對比；而知識主要以外顯和內隱知識為分類標準。在此一知識體系中，行動者受外在環境和文化的影響，表現出不同的知識流動行為，影響知識管理之成效。而知識轉型論的引入，則表現出知識的動態特性，在體系中不斷地經歷外化、內化、結合和社會化的過程，呈現知識迴旋的轉換變化。在知識處理程序觀點上，七個不同的程序週而復始地運作於知識體系中，類似一生命體，並透過計劃、組織、自我激勵和監督等管理程序，達成預設的知識管理目標，使所有體系內的行動者受惠。此一圖形所顯示的是一體系互賴的動態過程，也是本研究所要探討知識管理的總結性定義。

參、 研究設計

一、 研究架構

本研究主要涉及「有機飲食生活型態」和「有機飲食生活知識管理」兩個概念間的關係，兩者間假設具有互為因果的緊密連結關係，為了呈現兩者間的真正關係，本研究將控制諸如受訪者本身或家人之健康情況（是否有與飲食相關之重病）、家庭社會經濟地位、家庭結構、工作情況、生活習慣，以及其他社會人口學概念。



圖二 理論架構圖

二、 相關概念之操作化

由於關於飲食生活型態和飲食生活知識管理兩個概念間關係的文獻相當有限，本研究站在探索的立場，謹根據有限的文獻、研究者的生活經驗和與有機飲食者非正式的訪問，整理出下列操作化的內涵。

（一）、 飲食生活型態包含之層面

本研究所要探討的飲食生活型態，主要內容包括：

1. 食物中有機食品所佔的比例
2. 食物購買方式及地點
3. 餐點中生食、熟食所佔的比例
4. 家庭外食所佔的比例
5. 是否採食中藥材
6. 是否食用濃縮健康食品
7. 油鹽糖的攝取情況
8. 茶、咖啡的飲用情況
9. 是否抽煙
10. 常食用的食物組合

有機飲食生活型態將以這些指標，作為群組的分類標準。

（二）、知識管理包含之層面

在有機飲食生活知識管理的分析上，所謂的知識管理將包含知識種類、知識科技使用、知識管理目標管理、知識處理程序等層面。

1. 知識種類：將透過深度訪談獲取更精細的內容和加以分類
2. 目標管理：探討參與者的知識管理目標、在各種知識上的認知、行為、策略和面臨的問題，以及如何透過計劃、組織、自我激勵和監督等管理程序，達成預設的知識管理目標
3. 知識處理程序：將著重於個人或家庭在各種有機相關知識的選取、轉化、接受、創造、儲存、分享和使用的過程

（三）、其他研究控制概念

在基本資料蒐集上，將包括如下資料；

1. 個人或其他家人健康情況（是否有與飲食相關之疾病、是否有癌症病患）
2. 家庭社會經濟地位（收入、教育程度、職業等）
3. 家庭結構（家庭人數、家庭類型、小孩年紀等）
4. 工作情況（是否夫妻皆全職工作、上班之交通方式）
5. 是否自己種植有機農作物
6. 宗教信仰情況
7. 社會人際關係（與有機飲食團體之接觸，親子關係、社交圈等）
8. 生活習慣（如運動頻率和種類、休閒娛樂頻度和種類、食物中有機食品所佔的比例、是否為素食者、餐點中生食、熟食所佔的比例、家庭外食所佔的比例、是否採食中藥材、是否食用濃縮健康食品、油鹽糖的攝取情況、茶、咖啡的飲用情況、是否抽煙、是否學習氣功，以及常食用的食物組合等）。

三、 研究對象、抽樣與資料蒐集方法

本研究將以實行有機飲食生活方式的家庭為觀察的單位，經由愛德園文教基金會、主婦聯盟綠色共同購買、MOA、埤公農業產銷基金會、慈心有機農業發展基金會等組織所提供的消費者名單為基礎，透過研究者預先設立的標準（如參與有機飲食時間、之前的歷史、是否有癌症病例等），總共選取了 421 位有機農產品消費者進行量性研究的問卷調查，另外也選取 15 戶不同的家庭進行質性研究的參與觀察訪問。此一結合多種資料蒐集方法的研究途徑，正是 Burgess(1982) 所提多重資料 (Multiple Sets of Data) 分析的概念，可強化資料的可信度和深度，互補所短。

由於有機飲食生活型態和知識管理兩個概念在以往的文獻中都停留在概念化的階段，很少論及量化測量方式，因此本研究採以量化研究為主，質性研究為輔的策略，嘗試以各種不同的資料收集方法，達成三角交叉檢視 (Triangulation) 的功能，以發揮 Newman (2000:124-125) 所言功能互補的益處。而 Miles 和 Huberman(1994:40-41)也特別提及在質性分析中，適度使用量化分析，可以助於收集背景資料，避免因研究對象地位過高導致的精英偏誤(Elite Bias)問題。

肆、 資料分析

一、 樣本特性

表一 本研究之樣本特性

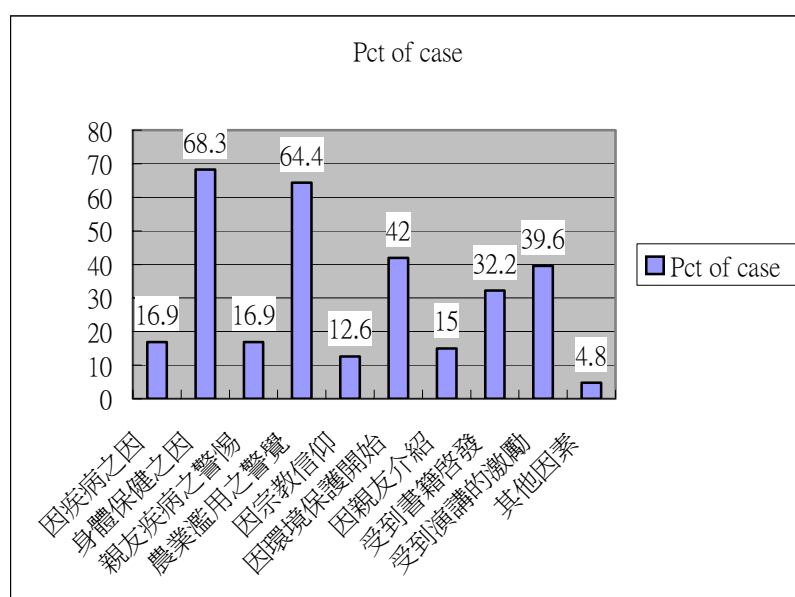
(n=421)

變項	分類別與次數
性別	男 85 (20.6)；女 327 (79.4)
地區別	北部 238 (57.1)；中部 103 (24.7)；南部 71 (17.0)；東部 5 (1.2)
宗教	佛教 222 (53.0)；道教 21 (5.0)；天主教 10 (2.4)；基督教 25 (6.0)；一般民間信仰 50 (11.9)；其他宗教 21 (5.0)；無 70 (16.7)
職業	農 4 (1.0)；勞工 29 (6.9)；商 47 (11.2)；軍公教 165 (39.4)；自由業 38 (9.1)；家管 84 (20.0)；退休 23 (5.5)；學生 5 (1.2)；其他 24 (5.7)
婚姻狀況	未婚 78 (18.7)；已婚 316 (75.6)；離婚 6 (1.4)；失偶 17 (4.1)；其他 1 (0.2)
家庭居住情形	獨自居住 22 (5.3)；與配偶居住 45 (10.8)；與配偶小孩同住 221

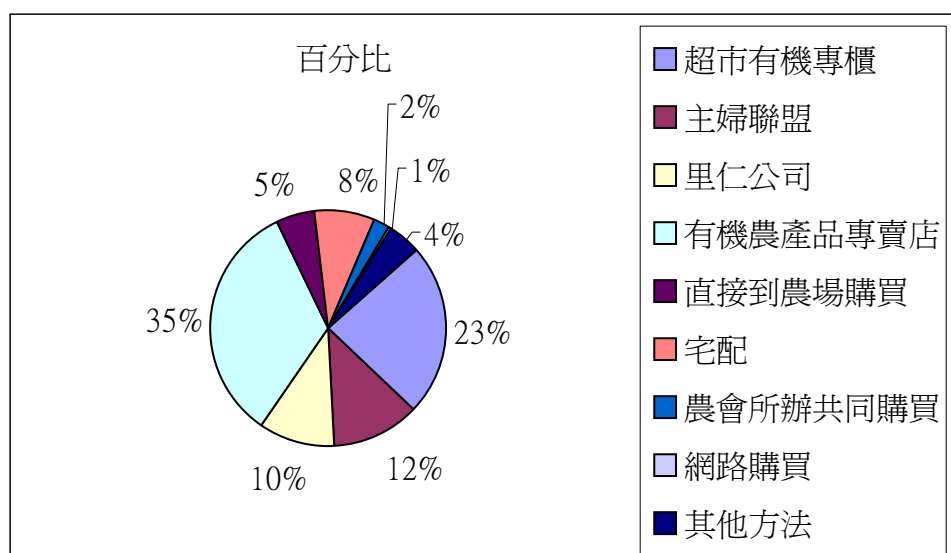
	(53.0)；三代同堂 69 (16.5)；其他 60 (14.4)
最高學歷	小學或以下 11 (2.7)；國（初）中或以下 16 (3.9)；高中（職） 118 (28.6)；專科 83 (20.)；大學 149 (36.2)；研究所（含）以上 34 (8.3)；其他 1 (.2)
月平均收入	4 萬以下 50 (13.1)；4 萬（含）至 6 萬元 77 (20.2)；6 萬（含）至 8 萬元 84 (22.0)；8 萬（含）至 10 萬元 65 (17.1)；10 萬（含）至 12 萬元 42 (11.0)；12 萬（含）至 14 萬元 20 (5.2)；14 萬（含）至 16 萬元 17 (4.5)；16 萬（含）至 18 萬元 7 (1.8)；18 萬元以上 19 (5.0)
個人健康	良好 168 (41.2)；有小毛病 213 (52.2)；不佳 27 (6.6)
年齡	平均：45.41 歲，標準差 9.66 歲，最大值 78 歲。最小值 20 歲
購買有機農產品時間	平均：3.87 年，標準差 2.65 年，最大值 17 年，最小值 0.5 年

註：（）內為百分比（%）

二、有機農產品消費者消費與飲食生活情況



圖三 有機農產品消費者購買之原因



圖四 有機農產品消費者購買之管道

表二 本研究樣本飲食生活情況

(n=421)

生活特性	分類別與次數
素食與否	全素食 48 (11.5)；蛋奶素 48 (11.5)；部份素食 123 (29.4)；非素食 200 (47.7)
有機蔬菜比例	10%以下 61 (14.8)；10~29% 105 (25.5)；30~49% 104 (25.2)；50~69% 68 (16.5)；70~89% 41 (10.0)；90%以上 33 (8.0)
食用中藥	常常 33 (7.9)；偶而 310 (74.2)；完全沒有 75 (17.9)
服用營養劑	常常 66 (15.8)；偶而 216 (51.6)；完全沒有 137 (32.7)
抽煙	是 12 (2.9)；否 400 (97.1)
每週在家開伙天數	0天 6 (1.5)；1天 10 (2.6)；2天 22 (5.6)；3天 24 (6.1)；4天 32 (8.2)；5天 87 (22.3)；6天 77 (19.7)；7天 133 (34.0)
生食比例	10%以下 219 (54.3)；10~29% 131 (32.5)；30~49% 34 (8.4)；50~69% 12 (3.0)；70~89% 5 (1.2)；90%以上 2 (0.5)
飲用茶量	比一般人多 35 (8.7)；差不多 73 (18.2)；比一般人少 210 (52.2)；完全不喝 84 (20.9)
飲用咖啡量	比一般人多 9 (2.2)；差不多 25 (6.1)；比一般人少 180 (44.0)；完全不喝 195 (47.7)
食用油量	比一般家庭多 10 (2.5)；差不多 120 (29.5)；比一般家庭少 276 (67.8)
食用鹽量	比一般家庭多 7 (1.7)；差不多 119 (29.2)；比一般家庭少 281 (69.0)
食用糖量	比一般家庭多 7 (1.7)；差不多 84 (20.5)；

比一般家庭少 319 (77.8)

註：() 內為百分比 (%)

三、有機飲食生活型態相關知識範圍與種類

表三 有機農產品消費者對有機飲食生活型態涉及知識內涵之認知

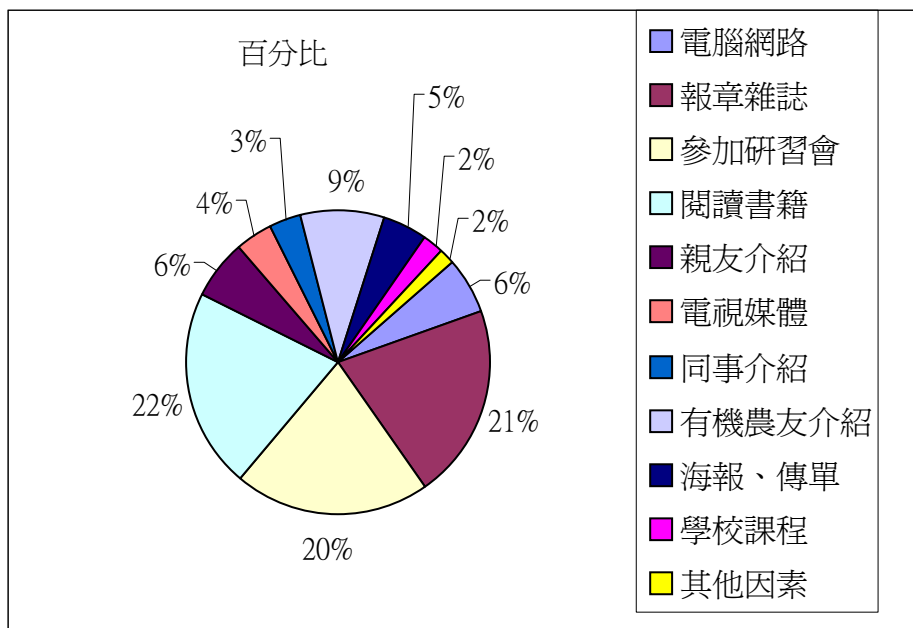
知識層面	知識大類	知識細目例
生產	有機農業本質與歷史	有機農業理念、永續農業理念
	作物栽培管理(有機農法)	選種、綠肥種植、堆肥製作、施肥、病蟲害防治、除草、輪作、間作、忌避作物栽植、景觀設計、採收、加工、設施栽培技術等
生活	有機生活型態本質	有機生活哲學觀
	有機產品消費	有機產品認證、辨識、購買、儲藏
	有機產品烹飪調理	健康飲食理念、飲食調理、食譜、營養學
	養生保健	健康醫學、氣功、運動管理、情緒管理
生態	人際關係	親子關係、人際關係
	生態保育	人類與地球之演化及歷史、土地倫理、動植物保育、生物多樣性
	環境保護	環境污染與防治、廚餘處理
	科技與生態	化學科技介紹、資訊傳播科技介紹、生物科技〔基因食品〕介紹
	風險認知	環境風險
生命	生命本質	生命哲學、生死學
	生命意義追求	心靈培育理念、宗教學

表四 有機農產品消費者知識具備狀況

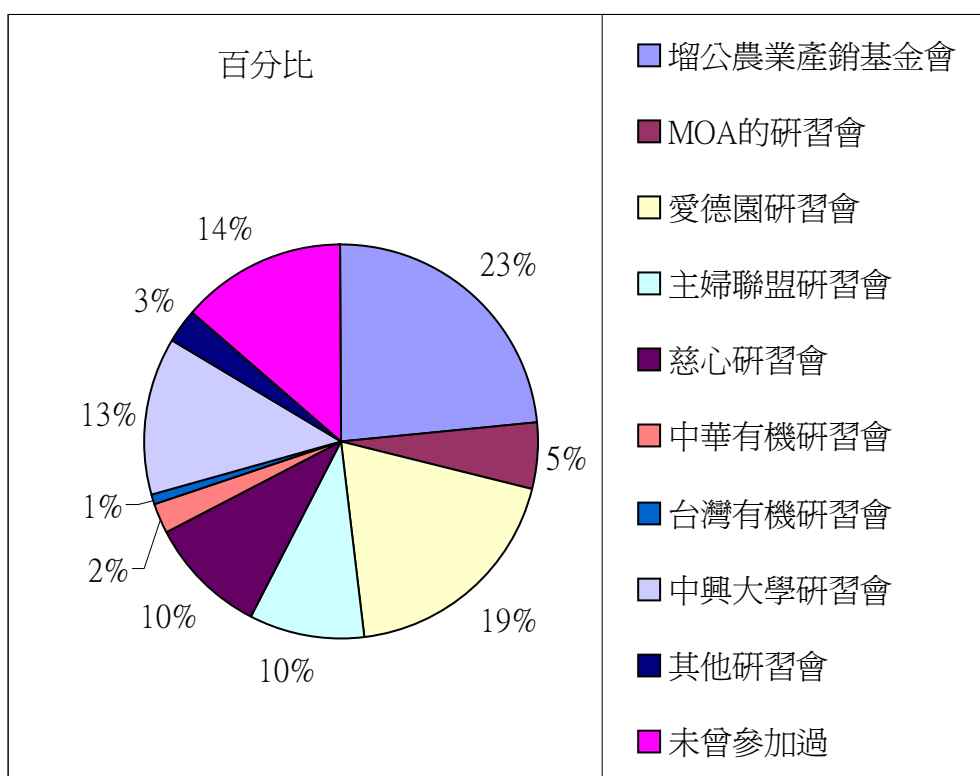
知識類目	認為非常重要比率	排名	認為已足夠比率	排名	認為迫切需要比率	排名
健康生活哲學	66.2	5	44.2	4	73.9	7
有機農產品驗證制度	74.3	3	18.7	21	83.4	2
有機農產品辨識方法	71.5	4	17.5	22	86.0	1

有機農產品購買原則	53.2	12	37.8	9	74.7	6
有機農產品儲藏方法	57.0	10	33.9	10	77.6	4
健康飲食理念	78.4	1	56.2	1	69.9	12
正確飲食調理原則與方法	65.9	6	44.6	3	72.0	10
有機飲食食譜	36.9	20	29.9	11	73.4	8
有機飲食營養學觀點	50.4	15	28.7	12	76.8	5
有機飲食醫學觀點	51.9	14	23.5	17	78.6	3
時間管理	39.4	19	39.0	6	67.5	17
綠色消費理念	52.2	13	39.0	6	69.4	14
情緒管理	62.6	7	39.0	6	70.7	11
運動與休閒娛樂	47.3	16	46.6	2	64.6	25
親子與人際關係	58.5	9	41.0	5	68.3	16
地球之演化及歷史	27.5	31	21.5	19	59.4	34
人類之演化及歷史	26.5	33	23.1	18	58.3	35
動植物保育	59.3	8	25.9	15	67.3	18
環境污染與防治	78.4	1	27.1	13	69.9	12
廚餘處理方法	56.5	11	25.9	15	73.1	9
化學科技新知介紹	33.3	25	6.0	32	63.9	26
資訊傳播科技新知介紹	33.3	25	8.8	26	64.9	24
生物科技及基因轉殖作物介紹	35.9	23	3.2	35	66.8	22
環境風險介紹	36.9	20	10.0	25	67.3	18
生死學或生命哲學	40.7	17	21.1	20	62.8	28
宗教學或心靈培育	39.7	18	26.3	14	61.7	31
有機農業理念和歷史	27.5	31	13.1	23	60.9	32
國外有機農業之介紹	23.2	35	7.6	29	62.8	28
有機堆肥製作	33.6	24	11.6	24	67.0	20
作物施肥方法	32.3	27	6.8	31	67.0	20
病蟲害防治方法	36.1	22	5.2	34	69.1	15
雜草管理	28.0	30	8.8	26	63.1	27
作物輪作、兼作經營	29.3	29	8.8	26	60.9	32
有機農產品加工	31.8	28	5.6	33	66.8	22
家庭園藝景觀設計	25.4	34	7.6	29	62.8	28

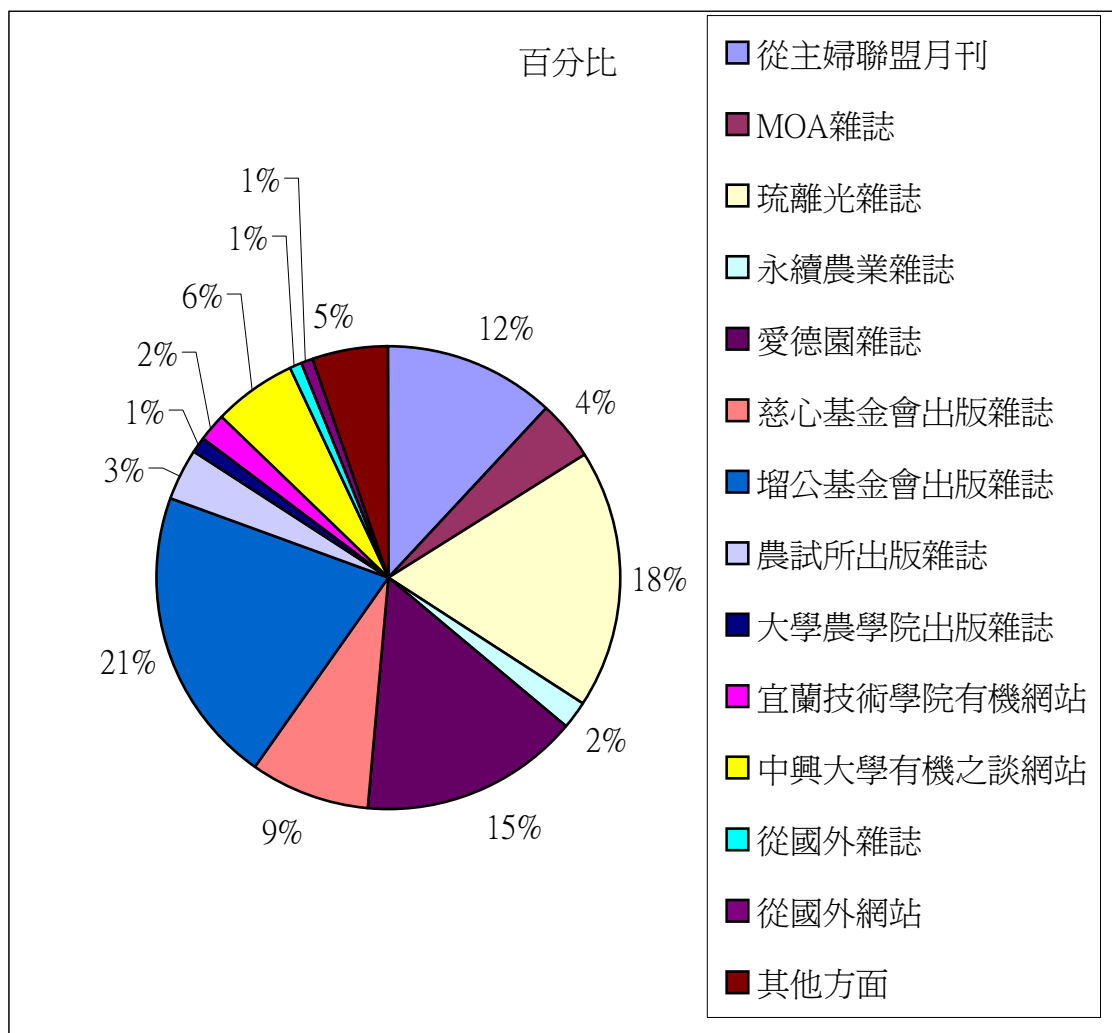
四、 知識分享



圖五 有機農產品消費者知識分享之主要途徑

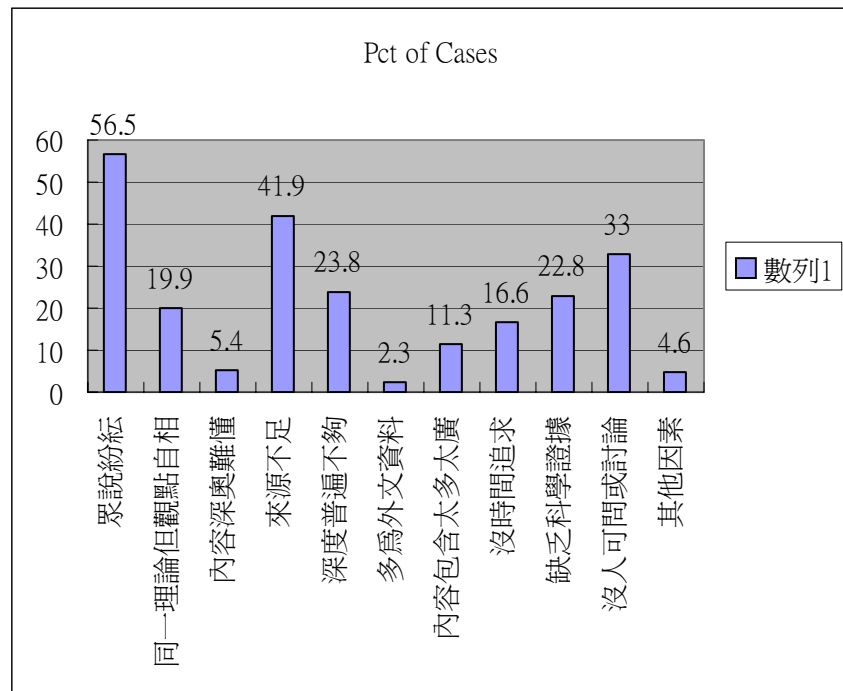


圖六 有機農產品消費者知識分享之主要研習會途徑



圖七 有機農產品消費者知識分享之主要媒體途徑

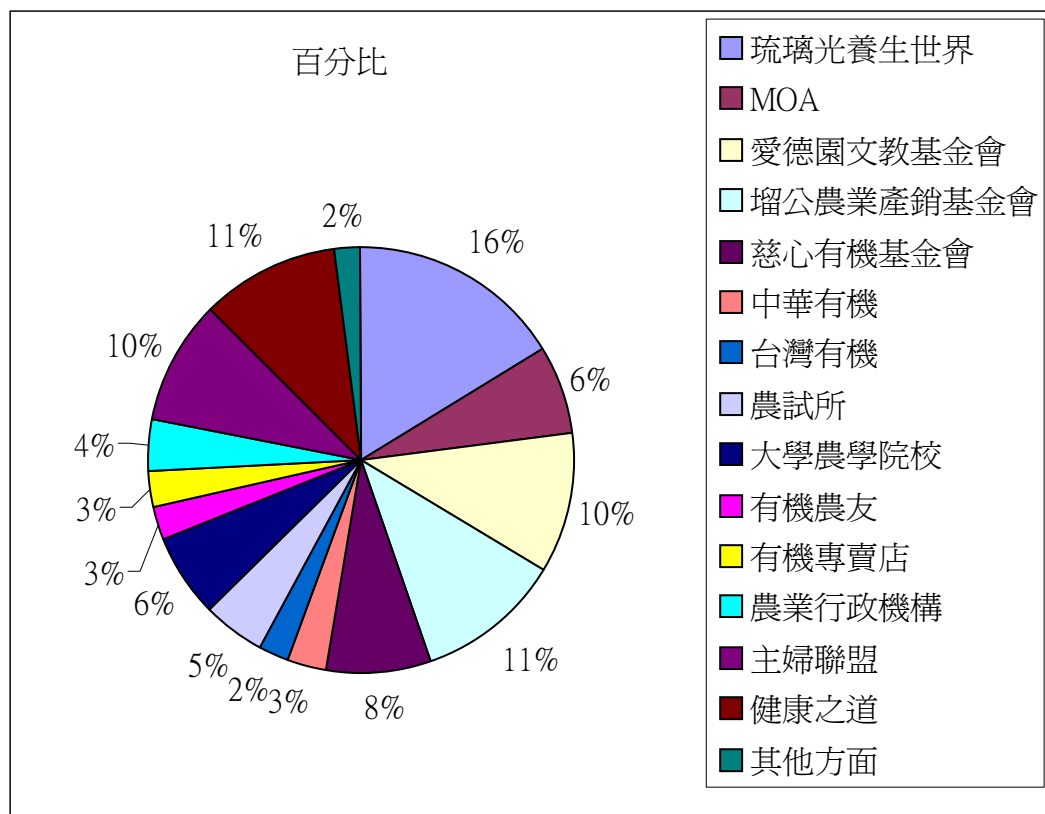
五、 知識選取



圖八 有機農產品消費者知識選取上之主要困境

表五 有機農產品消費者對有機農產品標章之認知與信任

標章種類	看過比率	瞭解比率	信任比率
吉園圃標章	87.6	56.1	53.8
農委會標章	74.7	56.6	41.2
台灣有機標章	42.1	40.8	51.6
慈心標章	24.5	23.7	32.4
中華有機標章	55.3	30.7	35.2
MOA 國際美育基金會標章	31.3	44.3	56.6



圖九 有機農產品消費者信任之組織

六、 有機飲食生活型態與知識管理

表六 有機飲食類型與有機農業信任、知識追求之關係

Games-Howell				
Dependent Variable	(I) 飲食類型	(J) 飲食類型	Mean Difference (I-J)	Sig.
信任有機農業	生機飲食者	素食主義者	1.24*	.037
		獨鍾有機者	.90	.320
		中性飲食取向者	1.66*	.002
	素食主義者	生機飲食者	-1.24*	.037
		獨鍾有機者	-.33	.846
		中性飲食取向者	.42	.472
	獨鍾有機者	生機飲食者	-.90	.320
		素食主義者	.33	.846
		中性飲食取向者	.75	.232
	中性飲食取向者	生機飲食者	-1.66*	.002
		素食主義者	-.42	.472
		獨鍾有機者	-.75	.232
追求有機知識	生機飲食者	素食主義者	6.77*	.000
		獨鍾有機者	2.59	.435
		中性飲食取向者	6.87*	.000
	素食主義者	生機飲食者	-6.77*	.000
		獨鍾有機者	-4.18*	.007
		中性飲食取向者	9.59E-02	1.000
	獨鍾有機者	生機飲食者	-2.59	.435
		素食主義者	4.18*	.007
		中性飲食取向者	4.28*	.002
	中性飲食取向者	生機飲食者	-6.87*	.000
		素食主義者	-9.59E-02	1.000
		獨鍾有機者	-4.28*	.002

*. The mean difference is significant at the .05 level.

表七 消費者追求有機知識影響因素之分析

影響變項	F 值	P-value
飲食類型	2.869	.37
教育程度	2.484	.32
平均收入	1.098	.364

個人健康	1.287	.278
家人健康	1.367	.256
性別	0.976	.324
年齡	4.375	.037
信任有機農業	41.275	.000
飲食類別*性別	1.065	.364
飲食類別*教育程度	1.952	.028

註：Overall F=12.604, p=.000, $\eta^2=.347$

伍、 結論

參考書目：

林明地（2000） 質的研究舉隅：校長領導的參觀與觀察，質的研究方法，第 51 至 91 頁，麗文文化公司。

嚴祥鸞（1996） 參與觀察法，質性研究，第 195 至 221 頁，巨流圖書公司。

Burgess, Robert G., 1991, Field Research: A sourcebook and field manual. London: Routledge.

Frankenberg, R., 1991, "Participant observers", Pp. 50-52 in Burgess, Robert G.(eds.), Field Research: A sourcebook and field manual. London: Routledge.

Frey, J. H., 1994, "Interviewing", Pp. 361-376 in Denzin, N.K. and Y.S. Lincoln (eds.), Handbook of Qualitative Research, CA: SAGE.

Honigmann, 1991, "Sampling in ethnographic fieldwork", Pp. 79-90 in Burgess, Robert G.(eds.), Field Research: A sourcebook and field manual. London: Routledge.

Jorgensen, D.L., 1989, Participant observation: A methodology for human studies, CA: SAGE.

Miles, M.B. and A. M. Huberman, 1994, Qualitative Data Analysis, CA: SAGE

Morse, J. M., 1994, "Designing funded qualitative research", Pp. 220-235 in Denzin,

N.K. and Y.S. Lincoln (eds.), *Handbook of Qualitative Research*, CA: SAGE.
Newman, W. L., 2000, *Social Research Methods*, Boston: Allyn and Bacon.

參考書目：

- 陳嘉尚（1993） 台灣有機農業發展與問題之探討，台灣大學農業推廣學研究所碩士論文。
- 陳明豐（1999） 是是非非談生機，愛德園 6：15-17。
- 黃恆獎、蕭廣中（1995） 「綠色行銷與消費者購買行為之結構性分析」，管理評論 14（2）：21-40。
- 蕭崑杉（1996） 農業知識流動的概念分析，台灣農業 32(3):48-61。
- 譚大純、劉廷揚、蔡明洲（1999） 知識管理文獻之回顧與分類，中華民國科技管理研討會。
- Applehans, Wayne, A. Globe and G. Laugero, 1999, *Managing knowledge-A practical web-based approach*, Addison-Wesley.
- Arnon, I., 1989, *Agricultural Research & Technology Transfer*, London: Elsevier Applied Science.
- Appleyard, Melissa M. and Gretchen A. Kalsow, 1999, “ Knowledge diffusion in the semiconductor industry”, *Journal of Knowledge Management* 3(4): 288-295.
- Armistead, Colin, 1999, “Knowledge management and process performance”, *Journal of Knowledge Management* 3(2):143-154.
- Baumard, Philippe, 1999, *Tacit knowledge in organizations*, London: SAGE.
- Borghoff, U. M. and R. Pareschi (Eds.), 1998, *Information technology for knowledge management*, Springer.
- Barker, M., S. Robinson, C. Wilman, and D. J. P. Barker, 2000, “Behavior, Abody composition and diet in adolescent girls”, *Appetite* 35:161-170.
- Cavadini, C., B. Decarli, and H. Dirren, 1999, “Assessment of adolescent food habits in Switzerland”, *Appetite* 32:97-106.
- Daft, R. L., 1993, *Management*, Orlando: Fort Worth.
- Davenport, T. H. and L. Prusak, 1998, *Working knowledge*, Boston: Harvard Business School Press.
- Dieng, R., O. Corby, A. Giboin and M. Ribiere, 1999, ”Methods and tools for corporate knowledge management”, *International Journal of Human-Computer Studies* 51:567-598.
- Despres, C. and Daniele Chauvel, 1999, “Knowledge management(s)”, *Journal of Knowledge Management* 3(2):110-120.
- Fontana, A. and J. H. Frey, 1994, “Interviewing: The art of science,” Pp. 361-376 in N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (eds.), *Handbook of Qualitative Research*, London:

SAGE.

- Gottschalk, Petter, 1999, "Knowledge management in the professions: lessons learned from Norwegian law firms", *Journal of Knowledge Management* 3(3):203-211.
- Havelock, R.G., 1986, "The knowledge perspective: Definition and scope of a new study domain." Pp. 11-34 in Beal, G. M., W. Dissanayake and S. Konoshima (eds.) *Knowledge generation, exchange, and utilization*, Westview Press.
- Hunter, B. T. (1998) "A win for consumers" *Consumers' Research Magazine* 81(2):8-9
- Krisoff, Barry (1998) "Emergence of U. S. organic agriculture-Can we compete ?" *American Journal of Agricultural Economics* 80(5):1130-1134
- Kuchler, Fred and K. Ralston, 2000, "Do health benefits explain the price premiums for organic foods?" *American Journal of Alternative Agriculture* 15(1):9-18.
- Leonard-Barton, D., 1995, *Wellsprings of Knowledge*, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Macintosh, Ann, I. Failby and J. Kingston, 1999, "Knowledge management techniques: Teaching and dissemination process", *International Journal of Human-Computer Studies* 51:549-566.
- Malhotra, Yogesh, 1998, "Deciphering the knowledge management hype", *Journal of Quality & Participation* 21(4): 58-60.
- McDermott, R., 1999, "Why information technology inspired but cannot deliver knowledge management", *California Management Review* 41(2): 103-117.
- McClelland, S., 2000, "It's growing, naturally", *Maclean* 113(6):44-45.
- Milton, N., N. Shadbalt, H. Cottam and M. Hammersley, 1999, "Toward a knowledge, technology for knowledge management", *International Journal of Human-Computer Studies* 51:615-641.
- Nissen, M. E., M.N. Kamel, and K. C. Sengupta, 2000, "A framework for integrating knowledge process and system design", *Information Strategy* 16(4): 17-26.
- Nonaka, Ikujiro, 1991, "The knowledge-creating company", *Harvard Business Review* (Nov.-Dec.): 96-104.
- Nonaka, I. and H. Takeuchi, 1995, *The knowledge creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. New York: Oxford Univ. Press.
- O'Dell, C. and C. J. Grayson, 1998, *If only we know what know-The transfer of internal knowledge and best practice*, The Free Press.
- Preiss, Kenneth, 1999, "Modelling of knowledge flows and their impact", *Journal of Knowledge Management* 3(1):36-46.
- Ritzer, George, 1988, *Sociological Theory*, New York: Alfred A. Knopf.
- Ricker, H. S., 1997 "The economics of organic farming-An international perspective."

- American Journal of Agricultural Economics 79(1):280-282.
- Roling, Niels, 1988, Extension Science, Cambridge University Press.
- Sarvary, M., 1999, "Knowledge management and competition in the consulting industry", California Management Review 41(2): 95-107.
- Seufert, A. Georg von Krogh and Andrea Bach, 1999, "Towards knowledge networking", Journal of Knowledge Management 3(3):180-190.
- Soroka, Bryjak, 1992, Sociology, Allyn and Bacon.
- Siege-Rize A. M., B. M. Popkin, and T. Carson, 2000, "Differences in food patterns at breakfast by sociodemographic characteristics among a nationally representative sample of adults in the United States", Preventive Medicine 30:415-424.
- Spender, J. C., 1998, "Pluralist epistemology and the knowledge-based theory of the firm", Organization 5(2): 233-256.
- Uit Beijerse, Roelof P., 1999, "Questions in knowledge management: defining and conceptualizing a phenomenon", Journal of Knowledge Management 3(2):94-109.
- Van Heijst, G., R. van der Spek, and E. Kruizinga, 1998, "The lessons learned cycle", Pp. 17-34 in Borghoff and Pareschi (eds.), Information Technology for Knowledge Management, Springer.
- Wamala, S. P., A. Wolk, and K. Orth-Gomér, 1997, "Determinants of obesity in relation to socioeconomic status among middle-aged Swedish women", Preventive Medicine 26:734-744.
- Wood, C., 2000, "Lifestyle dividends", Maclean's 113(43)28-29.
- Zack, M. H. , 1999, "Developing a knowledge strategy", California Management Review 41(2): 125-145.