



國立臺灣大學生物資源暨農學院生物產業傳播暨發展學系

碩士論文

Department of Bio-Industry Communication and Development

College of Bioresources and Agriculture

National Taiwan University

Master Thesis

臺灣農業職人精神的型塑與其對民眾知覺價值的影響

Shaping Taiwanese agricultural craftsmanship and
its influence on the public's perceived values

簡志斌

Chin-Pin Chien

指導教授：梁朝雲特聘教授

Advisor: Chaoyun Liang, Distinguished Professor

中華民國 112 年 06 月

June 2023

國立臺灣大學碩士學位論文
口試委員會審定書



臺灣農業職人精神的型塑與其對民眾知覺價值的影響

Shaping Taiwanese agricultural craftsmanship and
its influence on the public's perceived values

本論文係 簡志斌 (P10630007) 在國立臺灣大學生物產業傳播暨發展學系完成之碩士學位論文，於民國 112 年 5 月 12 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明

口試委員：



(指導教授) (簽名)





系主任：


_____ (簽名)

謝誌



在這人生重要的里程碑上，完成了碩士論文。在這個特別的時刻，要將感激之情傾注在這篇謝誌中，感謝在這段時間陪伴、支持的每一位朋友、老師和家人。

首先，向指導教授梁朝雲老師表示衷心的感謝。自從一年半前開始，梁老師就不厭其煩地指導，讓我能夠踏上研究的道路。他的嚴謹治學態度，豐富的經驗和寬容的教導使我受益匪淺，正是梁老師的耐心和支持，讓我能夠從錯誤中學習，逐漸茁壯成長。其次，感謝兩位口委老師的寶貴意見和建議。他們的專業知識和敏銳洞察力使論文更加完善。同時，也感謝系上所有教過我的老師，他們的教誨為我奠定了紮實的學術基礎，使我在研究中能夠游刃有餘。另外，也向研究室夥伴們表示感激，感謝國華、明穎、莉伊和家豪四位同學在研究過程中的無私幫助和支持。我們一起度過了無數的黑夜，共同面對挑戰和困難，彼此扶持。在這段日子裡，我們彼此成為了堅定的依靠。最後，感謝班上的若干同學，他們的鼓勵、關心和支持使我在研究過程中能夠克服重重困難。每一次的探討、交流都讓我獲益良多，激發我繼續努力的動力。

我要向家人表達深深的感激，感謝他們的寬容和從旁協助家事，讓我能夠全心全意地投入研究。尤其是在我遇到困境時，家人始終是我最堅強的後盾，他們的愛和支持讓我不斷前進，攻克一道道難關。在這裡，我要特別感謝我的老婆、父母，他們一直以來都是我前行的動力。他們對我的信任與支持，使我勇敢面對挑戰，充滿自信地走在這條道路上。

在這篇謝誌中，將所有的感激和敬意獻給在這段時間裡陪伴我、支持我的每一位朋友、老師和家人。碩士論文之路充滿了艱辛，但在有你們的陪伴與支持下，終究成功地走到了終點。這份感激之情，將永遠銘記在心，衷心感謝每一位對我的成長和進步作出貢獻的人。每一個鼓勵的聲音、每一個點亮引導我前行道路的明燈，都將永遠照耀在未來的人生道路上。此刻，懷著滿懷感激的心情，向你們致以最誠摯的敬意。願共同擘畫未來，攜手攀登學術高峰。再次感謝你們！

摘要



本研究探討臺灣農業職人精神的形塑與其對民眾知覺價值的影響，並分析因受調者年齡、學歷、就讀農業相關科系、從事農業相關事業、居住地，以及婚姻狀況之不同所產生的差異。採取量化研究和質性研究並行的方式，問卷調查對象係以臺灣民眾為主，透過網路問卷進行調查，共回收 727 份有效樣本並進行分析。研究者隨後再邀請熟悉臺灣農業教育的五位專家，進行深度訪談，以補充量化研究之不足。

量化研究結果顯示：臺灣農業職人精神內涵可分為「追求完美」及「精益求精」兩大類，民眾對農業職人精神影響所產生的知覺價值則細分為「條件價值」、「情感價值」、「社會價值」和「功能價值」等四個層面。「追求完美」會比「精益求精」的職人精神更能影響知覺價值；而「精益求精」的職人精神無法影響「社會價值」。非就讀農業科系受調者對「追求完美」職人精神、「情感價值」與「功能價值」的認同度都高於就讀農業科系者；而就讀農業科系者對「社會價值」的認同度則大於非就讀農業科系者。另 36 歲 45 歲的受調者較其他年齡層對「情感價值」更為重視。而教育程度較低者普遍更重視「條件價值」、「情感價值」與「功能價值」；教育程度較高者則更重視「社會價值」。

質化研究結果顯示，農業職人精神不具其他工藝領域的外顯性，且農作過度龐雜繁複，應細分農作類別，以能具體呈現農業職人精神在生產和加工上的細微差異和複雜性。而農業職人的評判標準也須被制定，既需站在消費者的需求和期望上，更需考量農事成本和競爭力。此外，職人精神在農業教育的實踐上，必須要在自由思考和多元創新的基礎上，追求更貼近現實的穩定發展。本研究另發現，在消費市場上，應可強調條件價值和功能價值，來制定更有效的行銷策略。

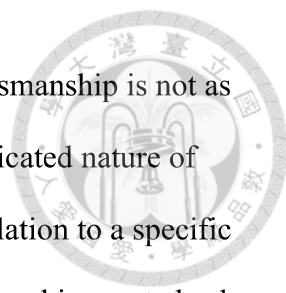
關鍵字：知覺價值、農業、臺灣、職人精神

Abstract



This mixed-methods study explores the social construction of Taiwanese agricultural craftsmanship and its influence on the public's perceptions of value. Differences in perceptions of value are analyzed based on the respondents' age, education level, college major, agriculture-related career, place of residence, and marital status. A quantitative online survey was distributed to representative Taiwanese consumers, and a total of 727 valid responses were analyzed. Subsequently, in-depth qualitative interviews with five experts on agricultural education in Taiwan was conducted.

The quantitative survey results revealed that Taiwanese agricultural craftsmanship can be categorized into two mindsets: "pursuing perfection" and "improving toward excellence." The perceptions of value generated by craftsmanship can be divided into the following four dimensions: conditional value, emotional value, social value, and functional value. The effects of the "pursuing perfection" mindset on perceptions of value were stronger than those of the "improving toward excellence" mindset, and the "improving toward excellence" mindset did not affect social value. The respondents who did not major in agriculture emphasized emotional value, functional value, and the "pursuing perfection" mindset more than those who majored in agriculture; those who majored in agriculture emphasized social value more than those who did not major in agriculture. The respondents aged 36 to 45 years emphasized emotional value more than those in other age groups. Those with a lower education level tended to emphasize conditional value, emotional value, and functional value; those with a higher education level tended to emphasize social value.



The qualitative interview results revealed that agricultural craftsmanship is not as clearly defined as other fields because of the multifaceted and complicated nature of farming. Thus, agricultural craftsmanship should be understood in relation to a specific agricultural subfield. A set of criteria for judging agricultural craftsmanship must also be established and should be based not only on the needs and expectations of consumers but also on the cost and commercial competitiveness of farming. In addition, the practice of agricultural education must allow students to pursue a stable and realistic course of development that is based on free thinking and innovation. This study also revealed that conditional value and functional value should be emphasized when formulating marketing strategies for the consumer market.

Keywords: perceived value, agriculture, Taiwan, craftsmanship

目錄



口試委員審定書.....	i
謝誌.....	ii
摘要.....	iii
Abstract.....	iv
目錄.....	vi
圖目錄.....	ix
表目錄.....	x
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機.....	4
第三節 研究目的.....	8
第四節 研究貢獻.....	9
第五節 名詞定義.....	10
第二章 文獻探討.....	13
第一節 臺灣農業發展所致變遷.....	13
第二節 職人精神與農業職人精神.....	20
第三節 知覺價值與農業知覺價值.....	28
第四節 農業職人精神的重塑與培育.....	35

第三章 研究方法.....	41
第一節 量化和質性研究.....	41
第二節 調查研究方法.....	44
第三節 深度訪談法.....	52
第四章 量化研究結果與討論.....	59
第一節 描述性統計.....	59
第二節 項目分析.....	61
第三節 因素分析.....	66
第四節 相關性分析.....	72
第五節 迴歸分析.....	75
第六節 差異分析.....	84
第七節 延伸性迴歸分析.....	97
第五章 質性研究結果與討論.....	107
第一節 導入追求完美的職人精神於教育體系.....	108
第二節 精益求精的職人精神對農業教學與行銷管理的啟發...	111
第三節 知覺價值對於學歷別的影響.....	114
第四節 對於臺灣農業職人精神未來的研究方向.....	116

第六章 結論與建議.....	121
第一節 研究結論.....	121
第二節 實務建議.....	123
第三節 研究限制.....	132
第四節 未來研究.....	133
中文參考書目.....	134
外文參考書目.....	141
附錄：問卷調查.....	150



圖目錄

圖1	研究架構.....	46
----	-----------	----



表目錄



表1	人口背景變項的敘述性統計結果.....	59
表2	項目分析統計結果.....	63
表3	農業職人精神之因素負荷量、M 值、 α 值與累積解釋變異 量.....	67
表4	民眾知覺價值的因素負荷量、M 值、 α 值與% of variance.....	69
表5	相關性分析.....	72
表6	條件價值之迴歸分析.....	75
表7	情感價值之迴歸分析.....	78
表8	社會價值之迴歸分析.....	80
表9	條件價值之迴歸分析.....	81
表10	迴歸分析結果摘要.....	83
表11	性別之獨立樣本 t 檢定.....	84
表12	就讀農業相關科系之獨立樣本 t 檢定.....	85
表13	從事農業相關事業之獨立樣本 t 檢定.....	88
表14	年齡之 ANOVA 檢定.....	90
表15	學歷之 ANOVA 檢定.....	92
表16	現居地之 ANOVA 檢定.....	94

表17	婚姻狀況之 ANOVA 檢定.....	95
表18	就讀農業相關科系受調者之條件價值迴歸分析.....	97
表19	就讀農業相關科系受調者之情感價值迴歸分析.....	98
表20	就讀農業相關科系受調者之社會價值迴歸分析.....	100
表21	就讀農業相關科系受調者之功能價值迴歸分析.....	101
表22	非就讀農業相關科系受調者之條件價值迴歸分析.....	103
表23	非就讀農業相關科系受調者之情感價值迴歸分析.....	104
表24	非就讀農業相關科系受調者之社會價值迴歸分析.....	105
表25	非就讀農業相關科系受調者之功能價值迴歸分析.....	106



第一章 緒論



第一節 研究背景

臺灣農業政策的發展可回溯自，以「工業日本、農業臺灣」為殖民政策的日治時期（涂照彥，1992；Myers & Ching, 1964）。臺灣總督府於 1898 年即設立臺灣土地調查局，針對全島土地進行清查與丈量，並在確立臺灣地租規則後，初步建立臺灣的地籍制度，以利在臺灣推動農業發展（吳密察，2017；Ho, 1968）。當時，甘蔗栽種起自南部，稻米栽種起自北部，有規劃性地發展此兩大作物，讓臺灣成為當時糖米的出口大國（何義麟，2011；Myers & Ching, 1964）。

在農田水利發展方面，因清領時期對臺灣水利並無詳細治理計畫，而產生各種水權上的糾紛，臺灣總督府為了進行有效的統一管制，發布公共埤圳組合令、官營埤圳組合令和水利組合令等三項法令來進行水利整併（清水美里，2018；Ho, 1968）。其後透過素有「嘉南大圳之父」之稱的八田與一完成了「桃園大圳」與「嘉南大圳」，成為當時全亞洲最大的水利建設，讓灌溉面積達到壹拾伍萬公頃，並引進三年輪作制，為後續的臺灣農業建設奠定基礎（黃有才，2011；Ho, 1968；Myers & Ching, 1964）。

臺灣自二次世界大戰光復後，農業受到嚴重破壞。國民政府播遷來臺之後，在人口遽增，物資缺乏的窘境下，開始針對農業生產進行重建，並推行土地改革制度。自「公有耕地放租」邁出臺灣土地改革的第一大步後，施行「三七五減租」、「公地放領」與「耕者有其田」等政策（張維一，2003；Chen et al., 2019；Farmer, 1966）。在上述三項土地改革政策誘因下，不僅大幅改善佃農生活、提高自耕農的比例，亦減少社會階級的結構差異，政府並在 1953 至 1968 年間推動了四期「經濟建設四年計畫」。



在戰後初期，農業教育曾獲國家大力投入，然而，隨著經濟重心轉移，農業在經濟中的比重與需求漸退，導致農學院系發展受阻，且面臨招生困難、學生素質下滑等問題。時至今日，農業教育依舊困局未變，傳統生產導向農業的轉型困難以及內部改革動力不足是主要原因。小規模經營和高營運成本使得企業化發展阻礙重重，長久以來，農業地位被社會忽視，農業教育相對地被邊緣化（方珍玲等，2002）。

臺灣農業自戰後 50 餘年來，大體劃分為：充裕軍糧民食、農業培養工業、農工並重、革新調整、邁向三生（生產、生活、生態），以及邁入國際化等六大階段（行政院農業委員會，1995；Shih, 1968）。在農業培養工業的政策引導下，臺灣走向工業化與都市化的發展，農村勞動人口開始大量轉移至工商業，導致農業勞動薪資上漲。當農業產值逐漸低於工商業時，發展即呈現萎縮狀態，為此政府加強增產措施，進行「綜合性養豬計畫」、「農牧綜合發展計畫」，及創辦「統一農貸計畫」，扶植技術性密集的養殖漁業、遠洋漁業與畜牧業（沈杏怡、陳啟榮、莊玉雯，2012）。

在經濟結構的轉變下，當時政府的農業施政轉為推行對農民的措施性補償，並於 1970 年頒布「現階段農村經濟建設綱領」、制定「農業發展條例」，實施「稻米保證價格收購制度」，推動「提高農民所得加強農村建設方案」及「加強基層建設提高農民所得方案」，同時期也將農漁會進行改組，賦予農漁會具備有供銷、信用和推廣等服務農民的功能（沈杏怡等，2012）。政府在農業社會福利方面，亦開展農村建設與增進農民福祉，該系列政策係以「農民健康保險」（以下簡稱「農保」）為主軸，佐以「老年農民福利津貼」（以下簡稱「老農津貼」），成為我國進入政治民主化過程當中的特殊福利產物，奠定了農民社會福利的基礎（王俊豪、吳同權，2012；Huang, 1993）。



儘管日治時期的土地清查與水利建設，國民政府播遷來臺所致力土地改革制度和充裕食糧政策，以及隨後推動以農養工、扶植畜養、邁向三生，後至推行補償措施和保價收購，以及制定農發條例與農保政策，都是因應局勢的權變，也多能改善當代農業並引導後續發展，但有些措施流於治標不治本（洪婉萍、鄭旭涵、林昭遠，2012），卻也為後續發展留下因時代變遷後的隱憂，甚至影響到農民習性和農業價值。臺灣隨後於 2002 年加入世界貿易組織（World Trade Organization，以下簡稱 WTO），自此打開了重回國際舞台的契機，但國內農業發展卻也必須面對國際競爭的挑戰，農產品的消費亦需迎接國際市場的嚴苛考驗（吳榮杰，2004）。

此外，政府為了促進工商發展，開始鬆綁農地相關法規，讓自然人，如農民團體可以承接耕地，同時亦立法將老年農民福利津貼納入國民年金制度予以實施（行政院農業委員會，2001）。爾後復因應數位化的時代需求，農業委員會推動「智慧農業 4.0」計畫，希望建立起新世代的營運模式（Chuang, Wang, & Liang, 2020）。這些政策變革與措施推動，也都對臺灣農業的後續發展和農業價值產生了深遠的影響。

第二節 研究動機



誠如前述，在全球邁向國際化的時期，臺灣於 2002 年加入 WTO 以加速推動農產品貿易自由化，因此重啟回歸國際舞台的契機。不過，國內農業發展也必須遵守國際規範，正面因應接踵而來的國際競爭與挑戰（Shih & Wu, 2005）。臺灣政府為遵循國際貿易法規並強化自身農業體質，開始逐漸削減對該產業的補助和支持；亦即，原先政府對國內農產品之補貼、獎勵金政策，都需依 WTO 烏拉圭回合農業協定來進行縮減與調整。

在此同時，臺灣政府亦開始發展精緻與休閒農業、發展食品加工業、推動農業策略結盟、開拓多元行銷通路、建構農業資訊系統，以及落實動植物檢疫（中華經濟研究院，2021；Cheng, Lu, & Chen, 2016）。學者們指出，在全球化的國際競爭下，臺灣農業的發展從過去側重生產力提升，必須轉向致力於競爭力強化，農業經營方式也必須朝向商品化、市場化、企業化與國際化的方向去發展。以組織合作來力保規模經濟、將小農優勢轉化成為精緻農業、提倡休閒農業以優化民眾生活，並同時強力開拓國產食品的全球市場等（吳榮杰，2004；Cheng et al., 2016）。

此外，農地資源的分配亦同步進行調整，臺灣政府有條件地鬆綁農地法規，執行「放寬農地農有，落實農地農用」，讓自然人如農民團體或農企業組織可承接耕地，也進一步新訂耕地租賃契約，律定不適用耕地三七五減租條例。在農業勞動力方面，臺灣政府有計劃地培育現代化的青年農民，以提高勞動生產力，並強化農企業管理經營，同時整合老年農民福利津貼與國民年金制度，讓兩者合併管理與施行（行政院農業委員會，2001）。

另因應數位化時代的來臨，農業委員會推動「智慧農業 4.0」計畫，將「智慧生產」及「數位服務」透過與人力、資源及產業等三方面進行優化，把蒐集而來的巨量資料應用於農業分析上，從生產管理與銷售資訊，建立起新一代的營運模式，也同時開創農業經營的風險分析和作物栽培管理等知識型的農業服務（楊智凱、施瑩艷、楊舒涵，2016；Chuang et al., 2020；Lee, Liu, Lin, Yain, & Lin, 2020）。全球



化競爭與國貿法規的因應修改、農民組織合作與企業化的促成、精緻與休閒農業的推動、食品加工的扶植、農業資訊體系的發展、農地法規的鬆綁、現代化青農的培育、老農津貼與國民年金的整合，以及智慧農業的強勢推動，也都對臺灣農業的後續發展、從農心態，和農業價值都產生了深遠的影響。近年來食安問題頻傳，消費者意識劇增，更改變並提升了民眾對從農者和其產品的要求（蕭禾秦、梁朝雲、顏榮宏、孫宇婷，2021）。

在此農業發展的時空脈絡下，有必要重新並仔細審視臺灣從農人士對農務、農地與農村的認知和態度的改變，並據此規劃對未來挑戰的因應之道。首先，研究者從臺灣人民的特質開始論述。《臺灣牛向前行》作者彭瑞金將臺灣人形容為：擁有臺灣牛那股工作勤勞、任勞任怨、不怕艱難，亦要努力向前的精神（施並錫，1997）。在臺灣光復後那段急需農業支撐起國家糧食的發展年代，農民不畏辛勞、專職奉獻於農業的精神，深深地烙印在臺灣人民的心中（Council of Agriculture, 2021）。然而，隨著農業發展歷程中的各種政策及社會變遷，讓從事農業的離心因素越來越多，為了探究其原因，以下分為農業組織、農民福利、農業政策、農民意識等四個層面，來分別論述臺灣農業變遷中所帶來的變化和現狀。

在農業組織層面上，因為政府有意識地伸張地方權力，也同時進行土地及田賦改革，讓農民財務得以獨立（江丙坤，1972；傅寶玉，2009）。不過，這些地方權力後來隨著臺灣民主化的過程中轉變成另類的選舉動員系統（姚人多，2008）。另在農民福利層面上，因為各項農民保險與補貼政策都會和民意掌握有關，也因為相關機構的監督不周，造成常有浮報的狀況（Kuo & Huang, 2021; Morgan & Liu, 2007）。農民福利向來都是國內選舉的熱門議題，農民甚至會被視為在民主選舉中易被操控的族群，這些發展都對國內農業、農民和農務，產生相當重大的影響。



在農業政策層面上，因應國內系列經濟建設計畫的調整與推出，臺灣逐漸走向工業化，甚至後來科技化的發展，但農業的發展卻轉為逐漸蕭條。農民一方面對農業發展信心漸失（吳聰賢，1986），另一方面對工商業發展的利益掛帥，導致部分農民見異思遷，放棄傳統的農業生產，而後甚至引發有心炒作地皮的自然人開始購買農地，助長農地成為投資的生財工具（吳同權、張宏浩，2011）。在農民意識層面上，政府近年來雖然一直推動農業科技化，希望藉以降低勞動力、提高生產力（楊智凱等，2016）。但在實際應用科技於田間時，仍然存在有新舊世代農民觀念上的差異，也因為“傳統”可能會被“現代”取代，因此產生多重的爭執，甚至是抵抗（林玉偉、梁朝雲、葉哲愷，2020；孫宇婷、周勇、梁朝雲，2021）。

儘管農業問題存在多年，卻始終未見顯著的改善，反而狀況日益嚴重，其中一部分的原因來自於臺灣農業的轉型困難。由於受制於小規模經營和較高的營運成本，即便傳統以生產為導向的農業開始往企業化方向發展，但成效不佳。長期以來，農業的社會地位較為低下，這也使得農業教育在整體教育活動中的重要性 and 需求逐漸降低，農業教育體系內部的改革力道也不足，無法提出得到社會廣泛認同的發展策略和行動方案。自民國 85 年以來，臺灣的教育體系經歷了大規模的改革，這些變革也對農業教育產生了深遠的影響，從專科學校轉變為技術學院，以及技術學院轉變為科技大學或普通大學（方珍玲等，2012）。因此，在短期內，要有效提升農業發展的效益，農業教育制度的改革是一股關鍵的推動力。

政府在不同時期推動許多農業政策，多半都是為了因應當時的困境，或是著眼國家未來的長程發展，雖有解決當時的問題，卻也衍生出因果對應的新問題。伴隨著時代、社會與產業結構的變遷，曾經一度讓國人引以為傲的臺灣牛精神，已逐漸消散。儘管仍能看到部分臺灣農民勤奮、任勞、少怨等努力向前的身影，但更多的可能是守舊、安分守己、缺乏自信、視務農為副業、倚賴政府補助、受地方勢力操控、對土地認同感式微，以及為追求利潤可放棄堅持的短視習性。這

些習性的養成對臺灣農業的長期發展，有相當負面的影響，而當臺灣務農人口逐漸減少，離農人數增加，對於農事力不從心，或在農產品的品質疏於把關等種種因素，也觸發本研究想要探索臺灣農民職人精神的動機。



第三節 研究目的

本研究旨在，透過國內農民與一般消費者的感知調查，來洞悉專屬於臺灣在地農民的職人精神內涵，以及其所引動的農業價值，並分析這些職人精神對消費者知覺價值的影響。具體而言，本研究有四個主要的研究目的：

- 一、 歸納出專屬於臺灣在地農民的職人精神內涵與種類；
- 二、 探究這些職人精神種類對消費者知覺價值的影響；
- 三、 分析這些職人精神種類和消費者知覺價值因為受調者人口背景因素之不同所產生的差異；以及
- 四、 針對上述研究成果，對農業領域正規教育與在職教育，研擬人才培育的革新建議。

第四節 研究貢獻



本研究之相關成果預期將對農民教育、消費者認知與農業價值，以及農業相關政策，產生具有引導性的深遠影響。具體而言，本研究結果預期將會產生以下潛在的研究貢獻：

- 一、盤點臺灣民眾認同的農業職人精神內涵與種類，進而將追求完美與精益求精的關鍵內涵納入農業教育課程中，讓學生在實踐中體驗職人精神，並關注其學習態度，協助養成良好態度與責任感，養成嚴謹、敬業的自律精神。
- 二、解析臺灣農業職人精神對消費者知覺價值所產生的影響，該結論可被運用於農業的行銷管理上，並與農業教育連結，在培育學生時，讓其理解農業需求及培養專業知能的方向，也可提高教師的實踐能力，進而調整教學內容。
- 三、在農業教育課程中導入職人精神內涵，以潛移默化學生，藉以導正農業的專業性，培養學生成為具有創新能力的職人，培養學生良好人格品質與職業理想，並提高職人在社會中的地位與價值並給予尊重，另可增強學生們從業的信心、熱忱與勇氣。

第五節 名詞釋義



本節依據學術文獻探討，逐一定義與本研究相關的名詞：

- 一、職人精神 (craftsman spirit)：一種自我期許的標準，或是指在工作態度上擇善固執，以及表達該專家對某項技藝專業程度的講究與在特定品質的堅持；其本質是個人的自尊、自許，和自我要求，也是一種極究細節的做事態度和方法。
 1. 精益求精：是指個人對於不斷提升和完善自我的追求，涵蓋了對真理的堅持、對自我充實的積極性、技術的持續精進、對產品創新的追求、對改善方法的持續思考，以及對傳承的重視。
 2. 追求完美：是指一種價值觀和行為模式，涵蓋了嚴格自我監督、專業道德的遵守、誠信的堅持、專業精神的發揚、極致品質的維護，並且在追求過程中強調百分百的投入和承諾。
 3. 專注盡責：是指職業價值觀和行為準則，包括了全心全意投入專業工作、對職位的忠誠和敬業、對工作的熱忱和努力、對責任的主動承擔、對細節的謹慎檢視，以及對挑戰的無畏面對。
- 二、知覺價值 (perceived values)：是指消費者為獲取某些產品或服務所帶來的利益，願意付出的成本，包括金錢與非金錢，或是物質與非物質層面的成本。
 1. 功能價值 (functional value)：當消費者看到產品的實體或其功能時，能滿足其偏好或付出的目的。
 2. 情感價值 (emotional value)：消費者所表達出的一種感受、情感或心態，進而產生情緒上的激動，在消費的過程當中，會有非理性或非計劃性的消費行為。
 3. 社會價值 (social value)：消費者透過在購買產品或服務的過程中，來提升自身的社經地位，或能與某些社會團體產生互相連結的價值，並獲得社會部份群體的認同，以強化自我在社會大眾的象徵意義，或能提升自身的名譽及地位聲量。

- 
4. 新奇價值 (epistemic value): 消費者自身對於新奇、獨特、流行、多元與創新性產品或服務的渴望，會提高其願付價格來進行消費，用以滿足個人的優越感、好奇心與知識學習的特質。
5. 條件價值(conditional value): 產品或服務不僅可以滿足消費者的基本需求，在特殊情境或是滿足某些條件之下，其功能或社會價值會額外增加，但也會隨著外部附加條件的遞減或消失，則產品的原有價值也就隨之變動。



第二章 文獻探討



第一節 臺灣農業發展所致變遷

臺灣農業發展自日治時代開始，後經國民政府來臺重建，又因經濟結構變化、民主化進程、科技化應用和國際市場參與，產生了不同的變遷和影響。許多前述的變遷都是當時因應局勢所做出的權變，也多能改善並解決階段性的農業問題。不過，有些措施流於治標不治本，也引導了後續失衡的發展（洪婉萍等，2012；蔡晏霖，2016；Huang, 1993），嚴重地影響到臺灣農民習性、從農心態和農業價值，也讓從農的離心因素劇增。

農業組織的發展與變化，能反映出一個地區的農業現狀及發展方向，它可在確保食品生產、維護環境、保障農業市場公平等多方面都起著關鍵的作用。農民福利是衡量農業政策是否合理和公平的一個重要指標，也關係到農民的工作滿意度和農業持續發展的可能性。若農民福利不佳，可能導致人才外流，影響農業生產力和農業發展。另農業政策也是影響農業發展的主要因素，不同政策會對土地利用、資源分配、產品價格等產生互異的影響。在農民意識上，農民的思想觀念、價值觀、農業知識和技能都會影響農業生產和發展，如果農民的意識和行為與現代農業發展的需求不符，可能就會導致農業發展的停滯或退步。因此，以下即就農業組織、農民福利、農業政策、農民意識等四大面向，分別說明臺灣農業在不同的發展進程中，所因應而生的變遷和後續影響。



一、臺灣農業發展之四大面向

在**農業組織面向**上，日治時期的臺灣總督府不僅對地方社會權力有所伸張，同時也在土地及田賦改革方面，讓臺灣的財政得以獨立（江丙坤，1972），當時的臺灣農業已能進入正軌，但伸張地方權力的同時，卻也讓在地方的家族勢力興起（傅寶玉，2009）。國民政府來臺接管後，在農業上設置了農會與水利會兩個重要的組織，農會領導階層之自主性受到相當的牽制，而水利會則由行政力量介入（黃仁姿、薛化元，2011；黃仁姿、薛化元，2019；Chen, Yueh, & Liang, 2016；Lam, Tang, & Tang, 2021）。此外，在日治時期的保甲制度，則被改為村里制度，後又轉變成今日常見的選舉動員系統（姚人多，2008）。偏鄉地方勢力隨後在臺灣民主化的過程中加速崛起，農民政策也變成歷次中央暨地方選舉中必談的話題，而農民遂被視為在選舉中可資動員的族群。

在**農民福利面向**上，政府也是借助相關制度來掌控人事，並緊密地連結到後續的農業發展措施。例如，在臺灣走向民主化的過程中，每每面臨選舉時，農民保險、老農津貼，與各種補貼政策，經常都是農民所關注的社會福利議題，自然也會成為候選人及所屬政黨政策激烈攻防的焦點（Kuo & Huang, 2021; Morgan & Liu, 2007）。不過，也因為相關機關的監督不周，經常會有嚴重的浮報狀況。為了防杜假冒農民資格以加入農保、勞保和農保重複加保，或是冒領老農津貼等問題發生，造成國家財政負擔，亦無法保障老農經濟安全，監察院即曾對農業委員會之行政疏失提出糾正，期以杜絕假農民的猖獗（監察院，2012）。誠如前述，農民福利向來都是臺灣選舉的熱門議題，農民甚至被視為在民主選舉中可被操控的族群。

在**農業政策面向**上，二次世界大戰結束後，是一個物資短缺的年代，這時推行土地改革政策，農民會拚命地去保護自己所擁有的土地，進而讓土地與人的連結變得極為強固。但在推動以農養工的經濟建設計畫下，臺灣走向工業化與都市化的發展，農業也逐漸蕭條（Farmer, 1966; Shih, 1968）。當農民遇到農產經濟及

農村環境發展遲滯時，對於農業會缺乏信心（吳聰賢，1986）。面對商業利益掛帥的前提，導致部分農民開始見異思遷，最後也可能會因追求相對優渥的利潤，放棄傳統的農業生產。由此而生，務農對農民們不再是「神聖」的祖業，而只是為了謀生，當下的另一個選擇，也可能僅是求溫飽的一種手段（廖正宏，1990；Shih, 1968）。

臺灣後於 2000 年頒布了農發條例修正案，其「放寬農地農有、落實農地農用」政策大幅度地解除原本對於農地交易的諸多限制。但這也讓許多有心炒作地皮的自然人開始購買農地，助長農地成為投資的生財工具，其中最大的問題是農舍興建。由於長期缺乏有效監督，引發豪華農舍如雨後春筍般地冒出於農地之上（吳同權、張宏浩，2011；Chang, 2012）。除了原有做為實質農業運用的農業設施外，早有諸多農舍已被改建為民宿或違章工廠，甚或還有科學園區、工業區和商辦住宅等非農業使用開發案，爭相掠奪農地（陳惠欣等，2013；Lai, 2021）。隨著社會變遷，諸此保守、兼農型態，或將農地視為生財工具的心態，對臺灣未來的農業發展產生了深遠的影響。

自此，良田耕地逐漸流失，汙水廢氣排放田間汙染農地，破壞農業生態環境，加上農地違規使用日益嚴重，都是導致臺灣糧食自給率下降的嚴重問題（Chang, 2012）。黃俊傑（2006）指出，有高達 75% 的農民願意為了提高子女接受高等教育而交易農地。這代表著，1950 年代的「農本主義」，已在工商業發展的氛圍中，逐漸走向沒落。農民對於土地的認同亦日趨式微，將土地視為商品的心態也逐步浮現，特別是無專業務農的後代子孫（黃俊傑，2006；Chang, 2012；Fitton et al., 2019）。

此外，當臺灣加入 WTO 後，為了遵守國際公約，無法再直接補助農民的農作生產，為了平息農民的抗爭，政府轉而使用其他方式作為補償，如休耕補助等（Cheng et al., 2016）。但諸此政策影響所及，卻造成大量良田未能善盡利用，且墊高耕地的租金成本（吳同權、張宏浩，2011）。這就導致想務農的農民無地可

耕，而擁有土地的農民卻開始尋求更有利益價值的謀生方式，從種田到種厝，或改為種電的農地亂象（彭作奎，2021）。隨著時代的演變，農民仰賴補助日益深重，部分農地擁有者短視近利，想務農者又無田地，遂成為當代臺灣農業發展的重要問題。

最後，在農民意識面向上，近年來，臺灣政府一直推動農業現代化，希望借助科技應用，來取得降低勞動力、提高生產力、強化農作品質的優勢（楊智凱等，2016）。不過，在實際應用科技於田間時，仍存在有新舊世代農民觀念上的差異（林玉偉、梁朝雲、葉哲愷，2020；Chuang et al., 2020）。甚至，當傳統農民發現自己慣性思維的鄉土經驗，與在現代化經營的理念和實務上有所落差時，因為“傳統”可能會被“現代”強勢取代，就會產生許多爭執、束縛，甚至是抵抗（孫宇婷、周勇、梁朝雲，2021；Lai, 2021）。對於智慧化農業的推動，就會進行得相當緩慢。許多農民無法快速因應科技應用與產業結構的改變，而採取守舊，甚或是抗拒的態度。

當臺灣進入 WTO 後，儘管各類商品得以更公平且安全的條件進軍國際市場，且可享有會員國之間的關稅減讓，但間接也促使我國農產品面對更強烈的競爭，農作物生產品質也須大幅提升（Shih & Wu, 2005）。在此同時，農產品加工的需求大增，食品業的蓬勃發展因由而起。臺灣屬小農經濟，在量產少、運銷設備不良、產品價格低與缺乏談判能力等因素下，很容易受到盤商的多層剝削（邱宗治，1999；Lai, 2021）。資本雄厚且企業化經營的食品廠商並不務農，又對農產原物料有需求，便會介入農產品交易，去操作或控制價格。

在此情況下，農民種植的意願大受影響，導致部分農民會流於短視近利的思維，為追求產量便開始濫用農藥（Ali, et al., 2020; Petway, Lin, & Wunderlich, 2019）。從 1979 到 2018 年初的食品安全事件統計中，化學物殘留、產品過期、農藥殘留等即佔高達 44.37% 的比例（財團法人中技社，2018）。濫用農藥與畜牧廢水所造成的水土汙染，對於長期定居的純樸鄉民而言，也會有無能為力之嘆。

誠如前述，臺灣地窄人稠，加上土地改革的後續效應，形成不可避免的小農經濟規模；在既無談判籌碼，又有趨利政策的催化下，許多農民落入到短視近利的泥沼，對臺灣農業的長遠發展來講，自是不利。





二、不同農業發展面向所產生的影響

在不同時代的背景下，政府推動了許多的農業政策，包括土地改革、補償、保價到福利等，多半是為了因應當時的困境，或是因應國家未來的長程發展，雖有解決了當時的問題，卻也同時衍生出因果對應的新問題，有些是執行政策或程序疏漏所致，有些是世局變遷所致。目前，許多農民可以透過農業政策上的補助得以過活，而視務農為副業；青農面對工作的多樣選擇性，也無須把務農當為首要選項。政府為了避免讓農民養成依賴經費補助的習慣，開始鼓勵成立社會企業，試圖創造長久的就業機會，並將營業獲利轉向解決農業發展的多元問題（孫智麗，2018；Liang, Chang, Liang, & Liu, 2017；Wang, Chang, Yao, & Liang, 2016）。不過，也因為社會企業成立的風氣不佳，加上行政程序繁瑣、資源獲取不易等問題，使得許多有意願參與的農民與青農卻步，進而影響了政策推動的效果。社會企業的營運模式對許多傳統農民來說仍相對陌生，教育訓練和引導機制的缺失，也使得轉型的過程中遇到許多困難。因此，政府需要在政策實施上進行更多的配套措施，包括簡化行政程序、提供資源協助、加強教育訓練等，以便真正讓農業社會企業在農業發展上發揮更大的作用。

不過，無論是一般民眾或新舊世代農民，就單以農地是否具有多種功能的思考來講，對於營利要能純粹用於發展農業之想法已不復存在（李承嘉等，2011；Chen & Liang, 2020）。傳統的農業價值目前已產生質變，這讓真正想要投入農務的青農止步不前，甚至會被質疑是因為無法求職才會返鄉務農。隨著時代與產業結構的變遷，曾經一度讓國人引以為傲的臺灣牛精神，至今已逐漸消散。儘管國人仍能看到部分農民勤奮、任勞、少怨等努力身影，但更多的可能是安分守己、缺乏自信、傳統守舊、倚賴政府補助、視務農為副業、受地方勢力操控、為追求利潤可放棄堅持的短視，以及對土地認同感的式微。

這些習性的養成對臺灣農業的長期發展，有相當負面的影響，當然也包括國內消費市場對本土農業的信賴和支持，以及對在地農民和農產品知覺價值（perceived values）的下降，這些轉變殊值關切。



第二節 職人精神與農業職人精神



一、農業職人精神的起源與定義

誠如前述，我國政府在不同時期，因應當時情勢，推動著互異的農業政策，雖有解決當下困境，卻也產生新的問題。隨著時代、社會與產業結構的變遷，臺灣牛精神，這個曾經一度讓國人引以為傲的特質已逐漸消散。儘管吾人仍可看到部分臺灣農民勤奮、少怨的身影，但更多的可能是前人守舊、安分守己、缺乏自信、倚賴政府補助、受地方勢力操控，以及後續接班者視務農為副業、對土地認同感式微，以及為追求利潤可放棄堅持的短視習性。這些習性對臺灣農業的永續發展，有著負面的衝擊，這也是本研究希望探索臺灣農民職人精神的起源。

各國對於「職人」的稱謂，會使用不同的文字來表述其內涵。在臺灣，最廣為人知的用詞即為「師傅」（臺語音 sai-hū）一詞。根據侯念祖（2006），早期臺灣在各行各業的培訓中，多是一位師傅在歷經學徒階段的漫長磨練，直到獲得師傅的認可才能執業。在此淬鍊的過程中，不單只有具體所獲得的「熟練技能」或是「獨門技術」，此一傳承制度更重視所考核的重點，也必須是囊括心性與人格上的專業暨道德修養，並且要與文化及藝術內涵結合成為一種「技藝」，才得以「出師」（臺語音 tshut-sai），博得「師傅」的稱呼。而能夠「出師」後的修業道路，需要強調道德與技術兩者間的融合，特別講究自我要求、實踐敬業樂業與熱愛工作的態度（侯念祖，2004；Hu, Ding, Luo, Wang, & Zhu, 2018）。

在中國，對於「手藝人」（craftsmen）的認定，是指在某一領域當中，擁有超高技術水準的人。眾人稱為「工匠」或是「大師」者，在技術上會專注於一道一藝，對自己的產品從一而終，不改變心意的工作態度，這是源於自己內心裡，所獲得的一種職業感上的榮譽，是對於職業上的一種理想、精神象徵與文化的特徵（Zhang, 2021；Wang, 2020）。在中國，培養工匠的歷史源遠流長，最早可追溯到《詩經》中玉雕的生動寫照的文字記載。工匠精神在中國歷史上早已被提

及，也生動地描述了古代工匠一絲不苟的工作態度（許文，2018；韓長日、楊秀英、謝林，2017）。

日本職人辭典中，對職人的定義是指具有熟練的專業手工技術，對於自己的技能，是有一股執著信念精神的專業工作者（日本職人辭典，1985）。在日本，具有精湛藝術的傳統手工藝者，會給予「職人」的尊稱。對職人會以「一生懸命」（いっしょけんめい），來形容敬業精神的態度，職人終其一生，都貢獻在事業以及技術上，且職人對自己熟練的技術，具有高度的自信精神（齋藤隆介，2015）。Kodawari 是日本職人的一種自我期許的標準，也就是指其擇善固執，或是表達該專家對專業程度的講究與在特定程度的品質。Kodawari 是一種貫徹終身的態度，如「一生懸命」一般。Kodawari 的本質是個人的自尊、自許，和自我要求，也是個人專業表現的自傲表現。Kodawari 也是一種極究細節的做事態度和方法（Doi, 1962; Fukutomi, 2014）。

在臺灣，早已有「師傅」一詞能對應日文中「職人」二字的意思。但「職人」是於 1990 年代才開始頻繁且廣泛地被使用，當時亦有許多日本漢字的詞彙，開始大量引入臺灣，漸漸地成為影響臺灣文化領域的一環。然而，「職人」（日語音 Syokunin）並沒有被翻譯為「師傅」，而是直接將日文漢字，轉音譯由中文讀音來讀出（林蔚榕，2016）。迄今，日本文化不斷大量地輸入臺灣，多數臺灣民眾面對多元的日本文化衝擊影響，隨著職人一詞逐漸深入人心，而職人專業的意涵以及專業的精神形象，也藉由媒體、報章雜誌的宣傳滲透到臺灣人的日常生活當中。職人二字不單僅僅被視為日本文化的一種精神形象意涵外，也逐漸轉變為臺灣人用來審視自己原有的文化涵養用詞，更進一步的喚醒原有臺灣的職人價值之所在（林蔚榕，2015）。

近年來在臺灣亦有若干企業持續呼籲，希望喚醒原屬於臺灣匠人的傳統精神並要能與時俱進。例如，創立匠人部落的王均守（宋健生，2022）即認為：臺灣需要重新打造職人精神，培養出懂得商務的匠人。而匠人部落認同的商會精神，必須是以「付出者收穫」做為經營的軸心。此外，匠人部落也堅信，產業的發展需要建立在互相信任、相互扶持與付出，以及定期交流上，讓產業之間有多元的交流活動，以激發出新一代職人所需要擁有的責任感，以及所屬的榮譽感（商周百大顧問團，2022）。

在農業職人教育方面，臺灣可借鏡日本農業的經營人才培育方式。日本農業經營大學與現行以學術研究為重的農業高等學校不同之處在於，該校將開拓日本農業的未來列為首要任務，致力於培育下一個世代的經營者（簡嘉穎，2015）。日本農業經營大學將課程的經營計畫分為四大類：經營力、農業力、社會力、人間力等。除了原本較為多數人熟知的農業力基礎生產課程之外，在社會力領域中，引入當代廣獲重視的食農文化與農村再造課程，更特別的是在人間力領域中，安排多門具教養內涵的課程，如倫理觀、經濟學、社會學、哲學、心理學及使命感等，希望培養出具有領袖風格的農業職人（日本農業經營大學，2022；堀口健治、長谷川圭、申鍊鐵、吉野文菜，2021）。

日本農民被視為藝術家或為職人，是因為每年即便在不同的土壤條件及氣候因素下，種植出來的農產品都會有著不同的風味。這也意味著，即使種植相同的作物，在經過每一位農民的獨特照料後，也會生成出不同的風味，因此農業被認定是一項具有創造生命藝術的專業工作，且不同的作物便是一項獨立的技術。例如，在日本主要的農業產地愛知縣縣東三河地區，有一個名謂豐橋百農人事務局的農民組織單位，該事務局以卓越的知識、智慧、技術，以及不屈不撓的職人精神，為該區域建立起食農教育的文化與歷史，開創日本食農文教的先河，也持續號召當地農業職人予以培養，以凝聚傳承保護東三河與豐橋的珍貴文化的草根力量（豐橋百農人，2022）。



綜言之，職人精神是一種自我期許的標準，也是指在工作態度上擇善固執，以及表達該專家對某項技藝專業程度的講究，以及在特定品質上的堅持。職人精神的本質是發自於個人的自尊、自許，和自我要求，也是一種極究細節的做事態度和方法。為讓基礎概念一致，本研究將於後續整理出來的文獻中，對手藝人、工匠、師傅、達人、craftsmen 或匠人等，具有上述探討層面與內涵的專有名詞，以「職人」一詞整體總括。



二、農業職人精神的分類

在理解職人精神的定義和內涵後，本研究將彙整各文獻中對此概念所提出的分類，以利後續研究工具的研發和研究結果的解讀。

有些學者認為，職人精神可從三個層面來分類，即：思想層面的敬業態度、行為層面的專注與創新，以及目標層面的精益求精（曾顥、趙曙明，2017）。Li（2019）認為，職人精神主要包括：追求卓越的專業態度（professional attitude of striving for excellence）和重視實務與創新的專業思維（practical and innovative professional thinking）。Lv、Zhang 與 Chen（2019）則點出，職人精神應涵蓋：求精意識（refinement consciousness）、忠誠品質（loyalty quality）、強烈的責任心和守時意識（strong sense of responsibility and punctuality）等三個面向。Xiao 與 Cheng（2019）另表達，職人精神包含：敬業（dedication）、精進（lean）、專注（focus），和創新（innovation）等四個面向。

此外，也有學者指出，職人精神的核心內涵需要包括：持續改進的技術創新、專注嚴謹的精神文化、和追求極緻的產品品質等三個層面（黃敏學、李清安、胡秀，2020）。持續改進的技術創新是指：不斷學習和改進，追求技術提升；專注嚴謹的精神文化是指：持續專注與敬業嚴謹的工作態度；而追求極緻的產品品質是指：精益求精且注意細節，以打造產業間最優質的產品。另有學者認為，職人精神可分：真實、工作奉獻、完美主義、創造力、和諧、熱情、韌性、公民意識等（Tang, Loi, & Liu, 2021）。

基於上述文獻回顧及分類內容，並考量本研究聚焦的農業領域範疇，本研究採用黃敏學等人（2020）的建議，將職人精神分為：精益求精、追求完美、專注盡責等三個面向。有關於這三個面向更多的文獻佐證，以及對本研究調查問項的推衍，都將呈現於後續三節的內容中。



三、精益求精的農業職人精神

在精益求精方面，本研究彙整文獻後發現其內涵可包括：提升修養、追求專業、積極改善、持續改進、持續練習、沒有最好只有持續更好、與時俱進、不斷完善和昇華、不斷豐富和發展、創新思維、追求創新、執著求真、內在激勵、淡泊名利、自主性高、務實思維、傳承精髓等內容。

在文獻當中，可具體地將精益求精的職人精神概括為七大面向，分述如下：

（一）Zhang（2021）指出，職人會堅持以精益求精的精神，來體現自己在精湛工藝上的表現，可以看出他們對事執著求是；（二）職人精神會自我要求持之以恆且善於學習的鑽研精神來解決問題（Yang et al., 2020; Zhang, 2021）；（三）職人會透過持續改進和完善自己的工藝，不斷地精進技術，對技術的執著與創新會形成一種追求卓越的創造精神，並尋求突破變革（Cao & Ding, 2021; Li, 2019）；（四）隨著科技進步，職人亦能運用現代工藝技術與工具，強調積極創新的行為傾向與解決各種困難的問題（Foege, 2013; Wang, 2020）；（五）當職人完全沉浸在精湛的技藝中、陶醉於產品研發中時，自尊與榮譽感會超越對於名利的追求（Nakayama & Wan, 2019; Ren, 2017）；（六）面對品質與問題時，職人會思考持續的改善之道，這是職人精神中重要的環節（Xin et al., 2021）；（七）傳承精華讓技術得以延續，加上與時俱進，才能不被淘汰源遠流傳，符合承先啟後的社會期待（Yu & Luo, 2020）。

綜合上面文獻所述，本研究所論述「精益求精」之「農業職人精神」，其核心內容則會定義分為：有執著求真的精神、積極充實專業知識、耐心地持續精進技術、不斷地追求創新、務實且不懈地思考改善之道，以及能傳承精髓並與時俱進等內涵。



四、追求完美的農業職人精神

在追求完美方面，本研究彙整文獻後發現其內涵可包括：嚴格態度、採取嚴格標準來檢查、專業道德、遵守規範、重視誠信、改變緩慢、精雕細琢、追求極緻的產品品質、致力於百分百的完美、追求卓越的專業態度等內容。

在文獻當中，可具體地將追求完美的職人精神概括為七大面向，分述如下：

- （一）Ren（2017）指出，職人精神必須是嚴謹細緻，不可以投機取巧，應採用嚴格的檢驗標準，來確保每一個環節都是符合標準，且將品質視為自己的生命；
- （二）職人精神的源泉，來自其專業態度與遵守職業的道德規範（Cao & Ding, 2021; Li & Li, 2017）；
- （三）在工作上必須要忠於職守、要具備忠誠的美德，並力守誠信（Lv et al., 2019）；
- （四）學習專業技能的同時，對自己所從事的工作堅持不懈，對產品、工序和服務等，能精雕細琢不求快，不斷精進且追求完美（McGhee, 1992; Yue & Gong, 2021）；
- （五）掌握從事的專業技能，並致力於完成工作，且保持始終卓越的品質，並有正確的職業認知與價值，是職人精神的靈魂（Sun, 2017; Tang et al., 2021; Zhuo, 2021）；
- （六）真正的職人在產品細節上，會以永遠不停歇的腳步去追求完美（Ren, 2017; Yu & Luo, 2020）。

綜合上面文獻所述，本研究所論述「追求完美」之「農業職人精神」，其核心內容則會定義分為：採取嚴格的高標準來要求自己、有專業道德且嚴守產業規範、待人處事皆會力守誠信、有追求卓越的專業態度、精雕細琢而不求快、堅持極致品質、致力百分百的完美等內涵。



五、專注盡責的農業職人精神

在專注盡責方面，本研究彙整文獻後發現其內涵可包括：重要事先做、有效做事、凡事要親力親為、盡心盡力、盡最大的努力做事、盡職盡責、專業、熱愛、專一、忠誠、敬業、專注嚴謹的精神文化、專注細節、確認每一成分都符合品質、避免疏失、自律、認真、勇於承擔、全力以赴、完全奉獻、追求專業群體的認可等內容。

在文獻當中，可具體地將專注盡責的職人精神概括為七大面向，分述如下：

（一）職人在豐富經歷的人生體驗和價值觀影響下，產生的職業思維、職業態度和職業道德，會令其具有無私奉獻的精神（Aoyama, 2015; Shi, 2019）；（二）職人精神的核心內容為熱愛工作與堅守本職，是取決於本身的自主性（Li, 2019; Xin et al., 2021）；（三）嚴謹是一種職人精神應該具有的實踐態度，且須注意每一個細節，持續學習是義不容辭的責任（Yang et al., 2020）；（四）一絲不苟的嚴謹態度、注重務實、團結協作、齊心協力的團隊精神，都是學習職人精神的要點（Yu & Luo, 2020）；（五）責任感是不可缺少的職業道德，也是道德準則，亦是學習職人精神的內在動力，要能樹立自主意識，積極承擔責任和履行義務，建立職業價值觀、培養能者多勞的責任感（Li & Li, 2017; Luo et al., 2020）。

綜合上面文獻所述，本研究所論述「專注盡責」之「農業職人精神」，其核心內容則會定義分為：熱愛且全心奉獻於專業工作、會忠誠且敬業且嚴謹地堅守崗位、盡心盡力地認真做事、盡責地避免可能的疏失、親力親為地確認每一個細節、勇於承擔且全力以赴等內涵。

第三節 知覺價值與農業知覺價值



一、知覺價值的定義

針對「價值」這個議題，王志文（1988）曾針對臺灣農民進行研究後指出，價值存在於人們心中，是無法輕易量測的，但卻會影響農民的工作態度。想促使臺灣農業朝向現代化發展，必須讓臺灣農民具有積極、主動的從農態度，去除農民過往的消極取向與自身原有的宿命感，讓農民重新認知農業與自身的價值。隨著時代的演進，生活逐漸多元化，人們因自身所處的文化環境不同，個體間的思考方式也會有所差異，也會產生不同的價值觀念。消費者欲購買廠商推出的貨品或服務時，產生互異的想像，而有不同的價值評比，因此對於購買的消費行為模式，心理層面的轉變會從理性的思考，會轉為滿足感性的追求（顏慧明、劉怡君、吳采蓁，2011）。然而，很少有消費者能夠擁有產品相關的全面資訊，能夠對給予客觀的評價，因此在購買前如能知曉產品的內在屬性，就能影響其購買行為；反之，若對產品的所擁有的資訊缺乏時，商品的外在屬性則會成為影響消費者決定購買的關鍵因素（Zeithaml & Kirmani, 1993）。為了更了解消費者的心理層面，並提升其購買意願，便必須要清楚地認知到「價值」這個關鍵因素（Woodruff, 1997; Zeithaml, 1988）。

近年來對「知覺價值」（perceived value）的主要研究，多數以 Zeithaml（1988）研究當中提出的定義為主，該定義稱：消費者基於對企業所提供產品或服務，在經自己體驗而權衡後，所得整體評價的主觀價值。知覺價值又被定義為消費者為了獲取品質、收益，或是效用所需付出的成本（如金錢、時間或機會成本等）之間的權衡（Kuo, Wu, & Deng, 2009）。知覺價值也會依據消費者個體的身份、信仰、情緒、價值觀、傳統、社會和環境壓力等變項，相互作用後所產生的決策，而其具體衡量則會因消費市場之不同，而有不同的意義（Femi-Oladunni et al., 2021）。



亦有越來越多研究點出，知覺價值應該要有更多的面向，這些研究多半都是建立在 Zeithaml (1988) 的基礎向後延伸，這些後進研究認為「知覺價值」就是：消費者對於企業所提供的產品屬性及使用後之感受，使其產生是否有再度購買意願，或是對同樣商品及體驗的服務而產生出相異的認知價值，並會因個人主觀意識判斷而有所評價；亦或是服務體驗後，如對情感的表達、自身的興趣與喜好、所處的社經地位考量等，經其主觀認知而給予評價，亦即權衡得到的哪些利益與犧牲哪些利益，相互分抵後的結果（陳冠仰等，2016；陳勁甫、古素瑩，2006；Hellier, Geursen, Carr, & Rickard, 2003）。綜言之，知覺價值是指消費者為獲取某些產品或服務所帶來的利益，願意付出的成本，而這類成本包括金錢與非金錢，或是物質與非物質層面的。



二、知覺價值的分類

Sheth、Newman 與 Gross (1991) 在知覺價值的基礎上，提出消費價值理論 (theory of consumption value)，並指出消費者對於自身的消費經驗與消費價值可歸納為：功能 (functional)、新奇 (epistemic)、社會 (social)、情感 (emotional)，以及條件 (conditional) 等五種價值。Sweeney 與 Soutar (2001) 指出，民眾的消費決策會受以上五種相互獨立的價值所影響，而不同價值的影響則取決於消費情境和其所欲購的產品或服務。

功能價值：當消費者看到產品的實體或其功能時，能滿足其偏好或付出的目的，比如說：可以解決消費者的生活問題、價格合宜、增進工作效益、滿足個體需求，或是購買時的交通便利、網購方便操作、選擇多元、貨物齊全、商品品質等，這些都屬於功能價值 (李春長等，2019；賴彥銘、林珮琚、孫雅彥，2015；Slack, Singh, & Sharma, 2020; Williams & Soutar, 2009)。

情感價值：是指消費者所表達出一種消費感受、情感或心態，進而產生情緒上的激動，如：因產品或服務而滿足、而感動，或感到珍惜或開心等。此一價值通常會受到消費者生活環境的周遭氛圍、服務環境的舒適程度，或行銷廣告的多元內容所觸動。在消費的過程當中，會有非理性或非計劃性的消費行為，此即為情感價值 (陳勁甫、古素瑩，2006；顏慧明等，2011；Slack et al., 2020; Vranken, Avermaete, Petalios, & Mathijs, 2014)。

社會價值：消費者透過在購買產品或服務的過程中，來提升自身的社經地位，或能與某些社會團體產生互相連結的價值，並獲得社會部份群體的認同，以強化自我在社會大眾的象徵意義，或能提升自身的名譽以及地位聲量。例如：與社會地位或歸屬感有關、崇尚知名品牌、從事公益的歸屬感、購買奢侈品的社經地位等，這些都是社會價值 (李春長等，2011；徐淑如、林家琪，2010；賴彥銘等，2015；Batra, Ramaswamy, Alden, Steenkamp, & Ramachander, 2000; Gallarza & Saura, 2006)。

新奇價值：係指消費者自身對於新奇、獨特、流行、多元與創新性產品或服務的渴望，這會提高其願付價格來進行消費；此類價值亦是探究不熟悉或者是較為複雜的新產品特性或事務等，用以滿足個人的優越感、好奇心與知識學習的特質（賴彥銘等，2015；Pham & Ahammad, 2017; Shah, Yan, Shah, & Ali, 2020; Williams & Soutar, 2009）。

條件價值：產品或服務不僅可以滿足消費者的基本需求，在特殊情境或是滿足某些條件之下，其條件價值或效益會額外增加，但僅在某些特定的時間或地點，如隨著外部附加條件的遞減或消失，則產品的原有價值也就隨之變動（賴彥銘等，2015；顏慧明等，2011；蘇雅琴、梁朝雲、王淑美，2020；Kummer, Ryschka, & Bick, 2018; Pihlström & Brush, 2008）。



三、知覺價值的影響與應用

誠如前述，消費者在採購的過程中，會受前述五種價值所交互影響；換句話說，這種消費價值會共同建構出一個複雜的函數，在不同的情境條件下，對於消費者每一次的選購行為產生影響，連動著帶來不同的價值貢獻，而這五種價值構面，彼此間是獨立且無法相互替代的，在選擇消費前的評估，會影響其購買意願，甚或是購買行為（陳冠仰等，2016；賴彥銘等，2011；Kummer et al., 2018; Pham & Ahammad, 2017; Williams & Soutar, 2009）。學者們在農業消費研究中也發現，不同的農企業型態和互異的農產品，都會對其購買行為產生不等的影響（李幸芳、黃炳文，2017；孫智麗，2018；蘇雅琴等，2020；Kung, Wang, & Liang, 2021; Sun & Liang, 2021; Wu, Liang, & Ip, 2022）。

在食物採購的消費市場中，最早被研究的知覺價值是功能和情感價值（Lee, Lee, & Choi, 2011）。因此，本研究針對消費者在農業知覺價值上，經彙整國內外文獻後，整理出對於農業或是農產品相關的調查問卷題項如下：

功能價值：我會關心農產品價格的合理性、我會重視農產品的食用安全性、我會在意農產品的賣相、我會關心農產品的新鮮度、我會重視農產品的品質好壞等題項（李幸芳、黃炳文，2017；蘇雅琴等，2020；Levyda, 2017; Zhang, Xiao, Samaraweera, Lee, & Ahn, 2010）。

情感價值：臺灣有許多視農業為良心志業的農民，讓我感到開心而感動、購買認識或有口碑的農民產品，會讓我感到安心、我喜歡到有人情味的傳統市場購買農產品、支持並購買在地的農產品，是一件很酷的事、我會盡情享用當季盛產的農特產、糟蹋糧食會讓我有罪惡感（蘇雅琴等，2020；Dagevos & Van Ophem, 2013; Gibson, 2006）。

社會價值：我傾向直接向農民購買農產品，讓農民直接獲益、我不認同為了增加就業機會，而將農地轉為工商用地、我會支持國產，而不去選購更便宜的進口農產品、我會因為品牌知名度，而去購買特定的農產品、我會因為社會公益形

象或注重動物福利，而去購買特定的農產品、購買知名且昂貴的農產品當伴手禮，會讓我覺得有面子（李幸芳、黃炳文，2017；Costa, Zepeda, & Sirieix, 2014; Guzmán-Pérez, Pérez-Monteverde, Mendoza-Jiménez, & Román-Cervantes, 2021）。

新奇價值：我喜歡享用不同品種的農產品（如土芒果和愛文芒果）、我喜歡品嚐知名產地的農產品、包裝設計精美的農產品會吸引我、從農產品的生產說明和檢驗標章中，讓我獲得許多新知、附加料理方式的農產品，會讓我覺得很方便、導入科技以育成新品種或強化品質的農產品，會更吸引我的注意力（蘇雅琴等，2020；Raza, Akram, & Asif, 2021; Sun, Hwang, & Hong, 2020）。

條件價值：適度的休耕讓土壤休息，有益於生產環境的永續發展、技術專精且能堅持品質的農民，特別受人尊崇、專業且親切的賣場人員，會增加我的購買欲望、將農產品加工可增加消費選項，又可減少浪費、發展休閒農業，既可提高農民收入，又可舒緩壓力、促進健康、發生天災時，政府對農業的補助是必要的（李幸芳、黃炳文，2017；蘇雅琴等，2020；Abedi, & Pishbahar, 2019; Thomé, Cappellesso, & Pinho, 2021）。

本研究根據農業和農產品的特性進行設計，目的是要了解消費者選購農產品時，是如何看待和評價這些產品的價值。在功能價值方面，包括產品價格、食用安全性、賣相、新鮮度、品質等。在情感價值方面，會涉及到消費者與農業或農民的情感連結，以及他們在購買和消費農產品時的情感體驗。在社會價值方面，社會價值會涉及到消費者的社會觀念和價值觀，例如他們對農業的支持、對國產的偏好，以及對特定品牌或產品的認同等。在新奇價值方面，會涉及到消費者對新品種、新產地、新包裝設計，以及新的生產或加工技術等的好奇和興趣。在條件價值方面，會涉及到消費者對特定情況或條件的認知和評價，例如他們對農業永續發展的觀念、對專業賣場人員的要求，以及對農產品加工和休閒農業等的態度等。

以上五種知覺價值都能從不同的角度反映出消費者的需求和期望，因此被選擇用來作為本研究的依變項，此一設計將有助於研究者更全面和深入地了解消費者的購物行為和決策過程。



第四節 農業職人精神的重塑與培育



一、臺灣農業教育的問題

誠如前述，臺灣農業的發展始自日治時代，經國民政府來臺重建，後亦因經濟結構變化、科技化應用、民主化進程，以及國際市場參與，產生了不同的改變。我國政府在不同時期，因應當時情勢與困境，推動著對應的農政，雖有解決當時困境，卻也埋下新問題的種子。臺灣地窄人稠，加上土地改革之後續效應，形成不可避免的小農經濟規模，若干當年的措施治標不治本，也引發後續失衡的發展。在既無談判籌碼，又有趨利政策的催化下，嚴重影響到國內的農民習性、從農心態和農業價值，也讓從農的離心因素遽增。隨著時代與產業的變遷，臺灣牛精神已逐漸消散，更多的是前一代的缺乏自信、守舊務本、安分守己、倚賴補助、受地方勢力操控，以及後一代對土地認同式微、視務農為副業，並可能為了追求利潤而放棄品質堅持的短視，青農在面對工作的多樣選擇性，也無須把務農當為首要選項。這些習性對臺灣農業的永續發展，有著負面的衝擊，這也是本研究希望探索臺灣農民職人精神的起源。

國內農民落入短視近利的泥沼，對臺灣農業的長遠發展來講，自是不利。而傳統的農業價值也已有了質變，這讓想要務農的青年族群裹足不前，甚至會被質疑是因為無法求職才會返鄉務農。這個轉變也很當代社會整體氛圍有關，在商業模式掛帥的現今社會中，人們多以利益為出發點、崇尚金錢，很少有人能無慾望地，不浮躁地冷靜下來，從身邊的小事做起，進而腳踏實地做事，而不是總是想著下一份更好的工作（Zhang, 2021）。簡單純樸的生活方式，滿足不了許多人對物質生活和文明追求的慾望。在現今臺灣農村，也有許多農民對自己農作與農產品品質上，在利益的誘導下，逐漸有了巨大的分歧。



財團法人中技社（2018）指出：臺灣從 2007 至 2018 年間這十年間，國內在農業食糧方面的食安危害即有以下事件：使用非法農藥（如在雜糧種植上使用不合法的病蟲草害農藥）、農藥殘留（如茶飲品農藥和雞蛋芥普尼超標）、過量使用非法規允許的動物用藥（如瘦肉精）、事業廢棄物回填農地造成環境汙染（如雞蛋戴奧辛）、農民專業知識不足（如真空包裝處理導致消費者因肉毒桿菌死亡）、經濟動機摻假（如劣質蛋、進口米與國產米的混摻事件）、農漁畜產品混裝銷售出口（如借牌出口）、不適合的農產品原料（如產品無正面表列農產品原料來源）、標示不實或誤導的標籤（如竄改有效日期）、消費者理性不足，讓消費者過度關注，或媒體對事件的刻意誇大，所帶來的風險導致政治力被迫介入，業者商譽受損，民眾健康堪憂。

社會與農業的轉型，也嚴重地影響到國內的農業專業教育的發展。現今臺灣的農業教育，也從原本的農業社會，逐漸轉向工商業社會發展，其中又以技職教育更為明顯。臺灣的教育制度經常都是配合經濟建設的人力需求而定，技職教育在 1966 年至 1981 年間，開始轉變以工業教育為主，著重各類工業技術導向的科系和課程，導致農業技職學校的逐漸沒落（張仁家，2016a）。農業相關科系因為招生困難而不斷被裁減，許多農業專科學校紛紛改制為綜合高中，或轉型成為技術學院，甚至是科技大學，而使得農業職校的教學資源更加分配不均，可以相對應的升學管道也就越來越窄，使得農業人才流失，讓臺灣農業陷入發展的困境（何嘉浩，2014a；楊振宇，2015；鄧玫玲，2018；農傳媒，2018a）。另又加上高等教育大學的廣設擴充，在教育資源上過度偏重以升學為主，原有技職體系的學生也被迫轉向高等教育，職業學校與專科學生大量減少，農業的基層人力也就逐漸流失（何嘉浩，2014b；張仁家，2016b）。



在升學主義高漲下，學生在選擇就讀科系時，無法純然以自己興趣做為選擇，多數仍遷就於入學分數高低為判定標準，完全背離了自主學習的主軸。過往職業學校的培養內涵和制度，都非常注重專業實習課程；但在以升學為目標的普通高中，這些實習課程很容易便會被挪為其他升學課程所用，導致在實習的技能磨練上就很難與業界現狀接軌。而身為中堅人才搖籃的大學院校之農學院系所，也開始「去農」化，更名或改採「生物」或「科技」相關的系所名稱，但畢業生能夠真正走入與農業相關行業者，占比不足兩成，也導致社會大眾對於技職教育體系（甚或整個高等教育體系）有了「學用落差」或是「重升學、輕實作」的既定印象。臺灣雖有一流的農業技術，卻因為產業結構與教育制度的轉變，面臨著人才斷層的窘況（何嘉浩，2014c；農傳媒，2018b）。



二、職人精神的培育方式

各國對於職人精神的培養，最早起源於中世紀後期，英國和德國率先建立起的行會制度及師徒制度，來培養職人（Balswin, 1986; Ferruolo, 1985）；在德國，職人精神的培養是從職業教育體系開始推廣（Baethge & Wieck, 2007）。但隨著社會的快速發展和時代的變遷，職人培養與傳承有了巨大的變化，當科技不斷的推陳出新，學校教育體系也隨之現代化，原本的技能傳授則由傳統的學徒制度轉變為學校體制來進行（韩长日等，2017）。現代的學徒制中，與學校的傳統教育學生相比，逐漸出現學生因身份轉變為學徒，學習場所與學校生產結合，在學習模式上，也從單純的理論轉變為工作與學習的交替（Li & Li, 2017）。

誠如前述，急功近利的心思為人類社會帶來負面的影響，也同時影響到教育體系的終極目標，導致在高等教育課程內容與教學方法上，缺乏「職人精神」的內蘊，加上師資的不足等因素，都是影響高等教育素質逐漸下降的根本原因（Zhang, 2021）。進而有一些學者認為，職人精神是一種職業精神，從業者的職業價值取向和行為取向來解析，即可分為：職業道德、職業能力、職業素質（Li et al., 2021; Yue & Gong, 2021）。亦可更細緻地將職人的傳承制度提升到更高層次的精神層面；亦即，在原本的技術層面上，需有紮實的專業知識及基礎技術，進而不斷地提高水準，講究精益求精的態度（Cao & Ding, 2021）。

目前高等教育在培養學生的目標定位上，仍然存在有與社會現行運作之對接準確性的問題。在人才培育的過程中，學校無法根據現有的教育資源和學生實際的學習情形進行對接，因此高等學校在教育目標上會有所偏離。與社會對於人才需求的期待有所偏離，學校未能傳授給學生在職場上應有的本能和優勢，也對於職人精神的本質和內涵缺乏認知（Li, 2019）。學生們往往只能學習到講授的理論知識，卻無法透過實際的演練去實踐。但是，“實踐是檢驗真理的唯一標準”，想要有好的教學效果，就必須讓學生努力實踐，並將職人精神深刻地融入學生的學習過程中。而學校培養學生的最終目的，並非為社會培養生產機器，而是秉持為



經濟轉型而培養符合時代需求，且富職人精神的人才（Li & Li, 2017；Zhang, 2021）。學者們據此提出，在校園內教育、宣導並培育職人精神的幾項具體做法如下：

1. 教師在教學過程中，除了注重學生的專業知識與技能外，還需要不斷傳達職人精神；換句話說，學生須在學習和實踐中持續去體驗職人精神（Cao & Ding, 2021; Li, 2019; Wang, 2020; Yang et al., 2020）。
2. 教師在教學過程中，要時刻關注學生的學習態度，幫助學生形成良好的工作態度；在實作的過程中，要培養學生追求完美的態度，對每一個階段則需要有精益求精的精神，來完成交付的任務，切不可有敷衍的心態；並同時培養嚴謹的自律精神，進而形成嚴謹的工作態度，這些都是職人精神的必備條件（Cao & Ding, 2021; Li, 2020; Sun, 2017）。
3. 學校可從企業中，聘請經驗豐富的專業技術人員來指導學生，在專業教師進行輔助培訓時，學校可以掌握產業對人才的需求，以及專業知能的培養方向；同時也可以提高教師的專業實踐能力，學校與企業的產學合作可以連接理論與實踐，讓學習建立在產學合作的體驗學習與學校所強調之專業理論的基礎上（Cao & Ding, 2021; Li, 2019; Li, 2020; Li & Li, 2017）。
4. 把職人精神的內涵融入校園文化，注重學生職人精神的熏陶和培養，例如引進優秀的企業文化，舉辦創業精英分享會、職人精神研討，來促進優秀企業文化與校園文化的融合，讓學生可以在校園裡直接體驗職人精神的實現（Li, 2019; Li, 2020; Luo et al., 2020）。
5. 誠信是做人之本，要讓學生具備誠信的精神，這是學生在實作過程中所獲得的寶貴經驗，更夠讓學生去面對自己的缺陷和不足，不做假冒或抄襲等偽造的行為；也需要讓學生養成責任感，這有利於學生培養動手做的能力，對終身學習有著至關重要的影響（Li, 2020; Sun, 2017; Yang et al., 2020）。

- 
6. 培養學生成為具有創新能力的職人，學校應擁有“職人精神”的教師團隊，加強創新團隊是實質的關鍵，優秀的創新教師不僅要傳授知識、答疑解惑，還要具備良好的人格品質和高遠的職業理想（Sun, 2017; Wang, 2020）。
 7. 創新教育要以解決問題為核心，需要將職人精神融入課程，對學生進行創新文化的基礎教育，引導學生掌握創新的必備知識，激發創新的意識（Lv et al., 2019; Shi, 2019; Wang, 2020; Yang et al., 2020）。
 8. 人才養成是高等教育的終極目標，提高職人在社會中的地位與價值，讓社會給予尊重，讓學生與優秀的創業者交流，感受他們的職人精神，體驗創業的艱辛和不屈不撓的精神，這樣可以增強學生們創業的信心、熱心與勇氣（Wang, 2020）。
 9. 在實習的過程中，強化工作上的溝通，盡量採取一對一的傳授機制，讓適合的企業員工擔任實習生的導師（Li, 2020; Shi, 2019）。
 10. 強化學生終身學習的理念和態度，向標竿企業學習，並培養學生敬業的精神（Lv et al., 2019; Zhang, 2021）。
 11. 培養學生高尚的品德，並理解高素質人才的社會責任，大學生職人精神的培養不僅要堅持正確的價值立場，還要有明確的目標方向，培養正確人生價值觀和性格，從而提高人才培養的素質（Li, 2019; Luo et al., 2020）。

第三章 研究方法



第一節 量化研究和質性研究

社會科學的研究方法區分為量化方法和質性方法，量化或是質性方法在不同的宏觀角度去探究問題，也涉及了不同的哲思基礎和模式。在收集資料與分析方法也各有不同，但都能各司其職地發揮各自的效能。兩種研究方法也有各自的優點與困境，無論是哪一種研究方法，都能夠對人類產生不同的社會貢獻(黃秋霞, 2016)。

量化研究的源流於自然科學與實證主義，研究者的定位上是屬於旁觀者或是專家的角度，主要是為了找出社會行為與社會現象的一個共同通則(universalism)，儘量避免與研究者有過度的深入互動，其目的就是為了建立原理與預測行為(predicting)、找出法則(laws)或原因、解釋、結果取向(outcome oriented)，以及控制社會現象等。在收集資料分析方面，量化研究主要的方法有數量化(quantification)、客觀度(objectivity)、內部與外部效度(validity)與信度(reliability)。其實施步驟依序如下：(1) 引用既有的理論或是產生新的理論；(2) 經由理論來提出研究假設；(3) 提出縝密的計畫並開發出研究方法、程序與工具；(4) 依照規劃來蒐集資料；(5) 將蒐集來的資料進行分析以及解釋資料的呈現；(6) 判定拒絕或不拒絕虛無假設；(7) 探討並分析未來的研究走向(邱美秀, 2012；黃秋霞, 2016；Muijs, 2004)。

量化研究方法即是使用統計方式去探究社會的現象，能更進一步的去解釋、預測與控制社會的現象，量化研究在客觀性上也就較為突出，且在無偏見與可靠度的標準較高，也因此報告撰寫上多以第三人稱為視角。量化研究主要的優點在於：

(一) 可信度高：方便於可計量分析後，用以推斷及觀察社會現象；(二) 透過蒐集來的量化資料，經統計方法推算後，可用於驗證假設；(三) 經多次試驗可建立

定律：可由多次驗證程序來推定分析與量化資料，藉以求得相同結果；以及（四）可以累積形成經驗性的理論。

質性研究是源起於人文科學、建構主義，或是現象學，其研究是以非量化來分析。在研究方法上，強調研究者與受調者必須在良好的關係下進行深度訪談，或是以參與觀察（participant observation）來進行研究。根據受訪者多元化與多層面向所採集來的資料，經過交叉分析後，可增強資料的信度及效度。質性研究的目的主要是了解（understanding）、尋找意義（meaning）、發現取向（discovery oriented）、提出問題。在資料分析上主要有描述（description）、歸納（inductive）、信賴度（credibility）、可遷移性（transferability）、可確認性（confirmability）與可靠性（dependability）。

質性研究的實施步驟如下：（1）提出有興趣的主題或是找出經常性的問題；（2）需要在狀況未明悉、尚沒有近似學說架構下，建立起背景並執行探索性的研究；（3）採集並初步解釋資料；（4）推展實驗性的研究假設；（5）採集資料並且解釋其他的資料（持續新舊資料的比較或尋找反例）；（6）更新實驗性的研究假設；（7）再次採集與解析其他的資料；（8）拓展多元面向的研究假設；（9）產生可驗證的理論（林金定、嚴嘉楓、陳美花，2005；邱美秀，2012；張芬芬，2010；黃秋霞，2016；廖珮玟，2015）。而研究報告的撰寫，多以第一人稱為視角。

當前社會科學的研究，並沒有侷限在特定一套的方法，而是需要視其研究的目的、當下的情況，以及研究者的構思去進行調整。質性研究是人為社會科學較為主觀的研究範例，而量化是自然科學驗證較為客觀的研究模式，在研究的設計方面，量化既可協助質性研究的樣本，質性研究亦可以協助量化在發展上的概念化；在採集資料階段，量化可以從基本的數據來摒除菁英的偏見，而質性資料可以協助蒐集資料深度上的不足；在分析資料時，量化方法即以數字去佐證研究，而質性方法則是借助詮釋來加以釐清、描述以及驗證量化的結果。

總體而言，質性與量化這兩種研究方法既有差別，又能相互呼應且互為補充，反而建立起兩者之間的橋樑，也因此混合研究（mixed-methods research），逐漸的在社會科學研究領域裡，愈發受到重視（黃麗鈴，2019）。



第二節 調查研究方法



調查研究法多半是透過觀察、訪談或問卷等方式來進行，是一種具有客觀與系統性的收集資料方法，從母體中蒐集來的資料，用以決定母體在一個或是多個心理學或社會學變項之間的狀況或關係（王文科、王智弘，2006）。依調查的目標上，可分為探究現狀的敘述性調查（descriptive surveys），以及屬於事後回溯研究、解釋變項間存在關係的解釋性調查（explanatory surveys）兩種。依調查群體與範圍則另可分成：（一）真實事務普查（census of tangibles），當母體小且調查的內容為具體變項時，優點是無法反駁其數據，缺點則僅能對特定某時間及特定母體中進行研究；（二）構念的普查（census of construct），所分析的變項在無法被直接觀察時，只能透過間接由其他資料去推論；及（三）以抽樣調查（sample survey）的方式對母體中進行資料蒐集，並以蒐集來的數據回推到母體大小。

另依照蒐集資料的時間可分為：縱貫式調查（longitudinal surveys），針對要研究的群體花費一段較長時間（且至少需要兩次以上的時間點）來蒐集資料，並將資料用以描述或分析其間變化的狀況；橫斷式調查（cross-section survey），是在特定的時間內，針對所特定的樣本來蒐集所需要的資料，用以描繪當下特定群體的狀態，亦可用於選定當時許多變項之間的關係。而從蒐集資料的方法與管道，則可分為：（一）訪問調查（interview survey），例如：電話訪問、面談或調查表調查；（二）問卷調查（questionnaire survey），例如：郵寄問卷、集體填寫問卷或網路問卷等；（三）控制觀察（controlled observation），例如：最簡單的形式就是從學校的紀錄中所取得需要的資料；及（四）懷德術（Delphi Technique）等四種（王文科、王智弘，2006；王文科、王智弘，2010；宋曜廷，2011）。

本研究採用具客觀性的抽樣調查方式，研究者須要清楚地了解執行調查研究法的相關知識背景與程序，從問卷的題項設計開始到抽樣方式的選擇、資料的採集模式與資料的分析方式，最後經資料分析後，給予一個最終的解釋與推定，整個有系統化的執行過程當中，皆必須要考量周到並良好的去執行整個程序（宋曜廷，

2011)。調查研究法的執行程序可分為八個步驟，依序為：（一）規劃研究問題，確認調查標的內容與目的；（二）草擬研究設計問卷題項；（三）建立資料收集工具；（四）選擇研究樣本、預試並修訂題項；（五）撰寫研究計畫書、正式發出問卷進行調查；（六）蒐集資料、彙整分析所收集的資料；（七）處理資料；以及（八）撰寫研究報告。

在進行問卷的設計過程當中，為了要使調查結果具備高度的準確度，必須考慮到信度和效度問題。以信度來說，不論在什麼條件和環境下，使用同一份問卷都能夠對同一受訪者反覆測試填答，藉能夠得到一致性的結果。另以效度來說，使用問卷工作做為調查時，想要評量出問題的有效性。為了提高信效度，在設計問卷時必須要考慮到：（一）問卷的題項必須要明確，不宜出現與研究無關的題目；（二）問卷題項的用字措辭必須要簡單明瞭，不宜出現艱深晦澀的學術專有名詞，亦不建議使用雙重否定用語；（三）問卷題項不應出現一題多問的狀況，以免受測者陷入對題項兩難的抉擇；（四）受測者經常不願意正面答覆關於金錢收入、家庭生活背景、宗教信仰以及政治傾向問題，因儘量避免直接詢答方式；（五）問卷題項具有同性質的問題應一同組合在一起，用以提高問卷的邏輯性；（六）問卷題項的數量需要恰當，不宜過多或過少；（七）問卷設計完成定案前，應應委請該領域專家或學者，協助審閱問卷內容，用以確保問卷題項內容能與研究目的相互吻合（Dommeyer & Moriarty, 2000; Muijs, 2004）。



一、研究架構與假設

本研究針對臺灣民眾（包括在臺灣從事農業相關事業的人士）進行調查，探討他們對臺灣農業職人精神的型塑，以及此精神對知覺價值的影響。本研究之研究架構如下圖 1。

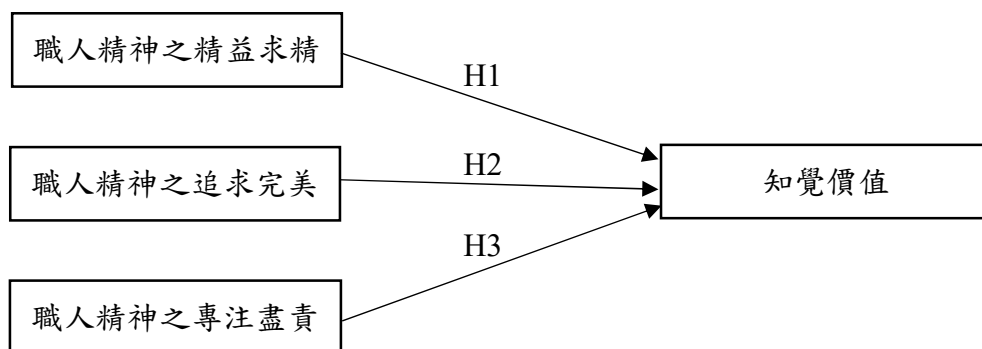


圖 1、研究架構圖

本研究基於前述文獻，提出以下三項研究假設和一個研究問題：

H1：精益求精的農業職人精神會正向影響民眾的知覺價值；

H2：追求完美的農業職人精神會正向影響民眾的知覺價值；

H3：專注盡責的農業職人精神會正向影響民眾的知覺價值；

RQ1：本研究所涉之知覺價值，會因受調者人口背景之不同，而產生什麼差異？

二、問卷調查對象

本研究屬於初探型研究，以問卷調查分析臺灣民眾對農業職人精神的認知，以及這些認知對其知覺價值的影響。本研究問卷在歡迎詞上即有說明，調查對象係以國內一般民眾與從農人士為主，以確立樣本之適當性。本研究參酌楊維寧(2007)，以問卷方式進行抽樣調查，在信心水準 95%，正負誤差在 4%之內，將所需之樣本數設定為 700 份。



三、研究問卷設計

本研究之調查問卷（如附錄）包括三個部份：一是農業職人精神，二是民眾知覺價值，三是人口變項，分述如後：

1. 農業職人精神：問卷題項係整合自 Cao 與 Ding (2021)、Li (2019)、Luo 等人 (2020)、Lv 等人 (2019)、Ren (2017)、Yu 與 Luo (2020)、Yue 與 Gong (2021)、黃敏学等人 (2020) 等八篇文獻，共 18 個題項。
2. 民眾知覺價值：問卷題項係依據李幸芳與黃炳文(2017)、李春長等人(2019)、徐淑如與林家琪 (2010)、陳冠仰等人 (2016)、陳勁甫與古素瑩 (2006)、賴彥銘等人 (2015)、顏慧明等人 (2011)、蘇雅琴等人 (2020) 等八篇文獻，共 30 個題項。
3. 人口變項：以性別、年齡、學歷、現居住地、就讀農業相關科系、從事農業相關工作、婚姻狀況等七個題項。

本研究問卷初稿設計完成後，邀請兩位農業改良場助理研究員、一位資深農企業博士，以及一位資深農企業家，來進行專家效度的驗證；隨後又邀請 10 位資深農民來進行表面效度的檢定後定稿。本研究問卷採用 Likert-type Scale 六點量表設計，六個等級各自賦予 6、5、4、3、2、1 的分數。研究者在調查平臺上，將所有題項皆設定為單選題且為必答，因此並沒有產生任何遺漏值。



四、問卷調查歷程

SurveyCake 是本次調查所使用的網路平臺，研究者將問卷製作成開放式且可方便填答的網路問卷，問卷收集時間為 2022 年 03 月間。本研究於問卷首頁即明確告知受調者，問卷以匿名填答的方式探討臺灣農業職人精神之看法，提供的資料僅用於學術研究，絕對不會進行個別分析。問卷調查收集結束後。研究者廣邀親朋好友來填寫本研究之網路問卷，也運用自身在產業界等人脈，透過 e-mail、LINE 和 Facebook 與各縣市和鄉鎮社團聯繫，將問卷連結發送出去。研究者亦針對桃園縣、苗栗縣、臺中市、南投縣、彰化縣、雲林縣、嘉義縣、臺南縣、高雄市、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣等各鄉鎮農會會員，以及桃園縣、新竹縣、苗栗縣、臺中市、南投縣、彰化縣、雲林縣、嘉義縣、臺南縣、高雄市、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣等地青農聯誼會總會成員、臺南農業改良場研究人員、高雄農業改良場研究人員、農業試驗所，以及國立臺灣大學、中興大學、屏東科技大學等大專院校農學院學者與學生進行宣傳，同時將問卷連結張貼於各類農業相關 Facebook 社團，並透過口耳相傳的方式傳達，邀請從事農業的專業人士來填寫本研究問卷。



五、分析方法

研究者在調查資料收集後，使用 IBM® SPSS® Statistics V21.0 進行分析，對人口背景變項採行敘述性統計 (descriptive statistics)，復以因素分析 (factor analysis) 來拆解變項，之後使用 t 檢定和 ANOVA 來檢視差異性，最後用多元迴歸 (multiple regression) 來看解釋量。以下謹就各項統計學上的分析方法分述如後：

1. 敘述性統計：這是一種在統計學上最基礎的資料分析方法，在研究過程中可以透過統計圖表，將一組龐大的資料，清晰地將資料所代表的訊息傳達出來。透過敘述性統計，可以將所採集來受調者的人口背景資料，進行統整與區分後，以量化地描繪背景變項的特徵和現象。本研究係以從事農業相關事業人口及非從事農事的民眾為研究對象，透過次數頻率的統計、百分比等統計分析以瞭解受調者的特徵。研究者以性別、年齡、學歷、婚姻、居住地、就讀農業相關科系，以及從事農業相關事業等資料比例的分布，來區隔其分類的狀況。
2. 因素分析：這是一種由心理學領域發展出來的資料分析方法，其係針對難以預測的心理因素，透過可測量的變項來定義出這些因素，目前是分析一份測驗的研究當中建構效度 (construct validity) 最有效的方法之一。因素分析可以將眾多題項的問卷變項濃縮為少數幾個較有代表性的因素 (factors)，可以用來解釋一個群體互有存在關係的數學模式，且能保留原有資料結構中所提供的資訊。透過由縮減出來的因素當中，可確認心理上的一些想法及潛在的共同特徵，藉以推定測驗當中有效的量測因素，用以描述、分類、或是測試研究中的社會行為及現象。本研究以因素分析來檢定問卷題項當中，各變項的因素結構，可透過球形檢定與 KMO 檢定，來檢驗樣本單位在某一變項上的分數，由共同因素所組成。本研究採因素負荷量 (factor loading) 高於 .4，且特徵值 (eigenvalue) 大於 1，做為決定因素結構的標準。

- 
3. 獨立樣本 t 檢定：這是一種比較兩個獨立樣本的平均數是否有顯著差異的資料分析方法，藉以推斷不同母體間，其特性是否有一致性，或對於問題的見解是否有差異。本研究採用獨立樣本 t 檢定，來探究受測者對於職人精神，是否因為性別之不同、就讀農業相關科系與否，以及從事農業相關事業與否，而產生差異。就數據判讀，若其顯著值 $p > .05$ 時，即表示不具顯著性；若顯著值 $p < .05$ 時，則代表比較的兩者間具有明顯的不同。
 4. 單因子變異數分析：此方法通常用於比較多組樣本之間的變異數，亦可用來確定不同組別的平均值之間是否存在差異，為獨立樣本 t 檢定的延展。研究者使用 ANOVA 來分析受測者對職人精神，是否因為學歷、居住地以及婚姻狀況等而產生差異。以數據研判，若顯著值 $p > .05$ 時，代表兩兩數據之間不具有顯著的差異；若顯著值 $p < .05$ 時，代表兩兩之間存在有顯著的差異。為求精確與嚴謹，本研究復採 Scheffé Test 再進行進階的比對，用以確認各群組數據之間的差異性。
 5. 多元迴歸分析：此一資料分析方法主要是以多個自變項來推斷，並預測單一的應變項，最後去檢視各個自變項對應變項的解釋量。若以一個自變項來預測其迴歸效果稱為「簡單迴歸」(simple regression)，如果有兩個（含）以上的自變項則稱作「多元迴歸」(multiple regression)。本研究即使用後者，來檢視（多個自變項）農業職人精神對民眾知覺價值（單一應變項）之影響。

第三節 深度訪談法



質性研究當中的訪談法，可分為普通訪談及深度訪談（in-depth interview）。一般訪談的必要條件，需要有至少一位的訪談者，和至少一位的受訪者，經由對談來得到受訪者所要傳達的主觀資訊；期間會有溝通過程，在透過相互問答的歷程，來獲取訪談者想要的訊息。而深度訪談的不同之處在於，藉著面對面時，透過語言交換之間，來引導發對方提供一些資訊，或是表達受訪者對於某項事物的意見及想法，是需要深入受訪者其內心深處，如同抽絲剝繭般，不斷地往裡層探索出受訪者真正的心理感受，其主要的目的在於能夠透析真相的真實意涵，但比起一般訪談則需耗費更多的時間，通常用於深度的報導專題、醫學上的精神領域、心理輔導層面等，進而去分析與解釋受訪者對於社會事實的認知為何（范麗娟，1994；萬文隆，2004）？

依照研究過程來做分野的話，訪談可分為：

（一）結構式訪談（structured interviews）：通常被用於調查（survey）或民意測驗（opinion polls），主要的特點在於具有一致性的問題和可以進行依序訪問，藉此避免受訪者有不同的誤差，可以提升研究的可比較性。採訪當中的訪談行程規劃（interview schedule）需要事先設定題目的次序，而且題目也是封閉式問題呈現，這樣所帶來的缺點就會造成缺乏彈性，受訪者無法充分表達自己心中不同的意見，因此在結構上，便須要特別注意訪談者與受訪者的關係與互動。面對面的訪談方式，獲得的回覆率較高，但造成研究過程當中的信度和效度卻會備受質疑，所以該如何保持中立的客觀態度，是一項相當重要的議題。

（二）半結構式（focused or semi-structured interviews）：是一種可以量化導向或者是質性導向模式的半結構式訪談型式，在受訪之前需要先設計出訪談指引（interview guide）以做為訪談研究的架構，利用較寬廣的研究問題來引導訪談的進行，主要的問題內容必須與研究問題相互扣合，問題提問及討論方式，都須要以較為彈性的方式進行，用以提供受訪者感受較為真實的面貌。

(三) 非結構式訪談 (unstructured interviews)：著重在研究者 (訪談者) 與受訪者兩者相互的情形來蒐集資料，將訪談的範圍限縮在訪談者要研究的主題範圍領域內，需要掌握受訪者的回應，及研究主題的經驗與態度等。

(四) 群體訪談 (group interview)：設法使整體受訪者，一起為設定的共同研究主題而進行討論，訪談時除了探討研究問題以外，也會涉及一些外在的壓力，如經費上的侷限、研究時間的短缺，以及樣本數取得的上限等，最主要的功能是希望能夠透過訪談得到一些現象學 (phenomenological) 的資料。近年來，這種全體訪談的方式，以探究政治議題或弱勢族群的議題研究，特別廣受採用 (林金定、嚴嘉楓、陳美花，2005)。

「量化研究」最大的困境在於，以龐大樣本所建立的行為模型，看似具有科學性論證，但如果實際套用於社會現實與案例時，不一定能達到初始建立時，所建構完美理想的「量化的標準對照比較的預測值」 (黃秋霞，2016)。因此，本研究將採取量化與質性的混合研究，針對農業教育專家進行深度訪談，用以彌補量化研究之不足，以期研究結果能在廣度與深度上都能更加完備。



一、訪談對象與採訪大綱

在經過問卷調查之量化研究後發現，本研究尚有些問題需要更進一步地解析和討論。研究者遂依計畫將邀請熟悉臺灣農業教育體系和教學的教授共五位，來進行群體訪談，期望能夠以更為全面的資料彙集，來補足臺灣農業職人精神的型塑與其對民眾知覺價值之影響的研究成果。

本研究所邀請的教授之背景介紹如下（依姓氏筆劃升冪排序）：

教授 A：任職於國立臺灣大學，具有 7 年年資，擁有豐富的農業智財管理、數位行銷、資料科學等豐富經驗。

教授 B：任職於國立臺灣大學，擁有十多年的教學經驗，專業研究領域為消費者行為、創新創業、六級產業、經濟暨財務效益評估等。

教授 C：任職於國立臺灣大學，年資 15 年以上，專業領域為農業政策、鄉村發展、鄉村休閒、智慧農業人才培育等。

教授 D：任職於國立臺灣大學，年資 15 年以上，擁有豐富的社區營造區、域規劃多元權益、文化生態系等服務經驗。

教授 E：任職於國立臺灣大學，擁有近十年的教學經驗，專業領域為食物與農業、系統環境社會學、鄉村社會學。

訪談人在進行訪談之前，即已設計好訪談大綱，用以做為訪談的進行架構，而訪談內容必須要與研究主題緊密連結，並相輔相成。本研究之群體訪談大綱規劃如下，共計四題：

1. 本研究結果顯示，「追求完美」是創造顧客價值的主因，而身為教育引導者，如果面對臺灣農業領域的正規教育與在職教育裡，就依您的教學經驗中，有哪些職人精神內涵的訓練是缺乏且急需要導入的？又該如何因應新世代學生的習性，可能對於觀念或是教學上內容上，較有自己的想法而不願意接受，應該如何去輔導？

- 
2. 本研究結果顯示，「精益求精」的職人精神對就讀農業相關科系受調者之「社會價值」有正向影響，但對非就讀農業相關科系受調者之「社會價值」卻沒有影響，就您教學經驗中，此結果對農業教學與行銷管理上能有何啟發？此外，「精益求精」對非農科系受調者之「條件價值」與「功能價值」也有正向影響，請問此結果又對農業教學和行銷管理上有何啟發？
 3. 本研究結果顯示，在「情感價值」的認同度上，大學學歷以下的認同度高於碩博士的受調者；而在「條件價值」及「功能價值」的認同度上，大學學歷的認同度高於碩博士的受調者，您認為主因為何？
 4. 您認為，臺灣的在地農民應具備有的職人精神有哪些特點？在本研究的調查題項中，有哪些不足之處，在未來研究中可以補足？



二、訪談過程與分析方法

社會科學之質性研究方法中，最常被使用的就是深度訪談。研究者邀約受訪者來進行對談，以理解並獲取研究所需資料，用較為貼近事實的想法來解釋社會現象。誠如前述，深度訪談又可區分為：結構式、半結構式、非結構式，以及群體訪談。本研究採用群體訪談方法，主要是為了讓群體的受訪專家，可以在一起為共同聚焦的主題或是現象來進行探討，希望從訪談的對答當中，獲得現階段事情發生主要的現況和解釋（林金定等，2005）。

質性訪談在進行資料分析時，首先必須要先將所獲取的訪談內容做出逐字稿，再將逐字稿進行整理，且務必做到詳盡且確實。在進行訪談的過程中，以手機或是其他可錄音等設備來進行輔助，更能夠了解受訪者當下的情境與態度，這樣可以避免研究者涉入過多的主觀感受、自我認定，或是因記憶錯亂，而造成在傳達訊息上的誤解或是誇大事實。質性的研究過程當中，訪談者需特別關心受訪者的經驗陳述與生活經驗，特別是在過程當中需要注意以下六點：（一）不宜有曲解、或是自己合理化其原因；（二）不能過度以受訪者的認定事由或是觀點來加以解釋；（三）避免採納較為極端的意見；（四）不以單一的陳述理由來解釋原因；（五）不因文化因素而體認事實；以及（六）事實伴隨著存在（Silverman, 2017）。

本研究係探討臺灣農業職人精神的型塑與其對民眾知覺價值的影響，因此以立意取樣的方式，邀請六位熟悉臺灣農業教育的大學教授，進行群體的深度訪談。本研究在進行中會採用手機來輔助紀錄，屬於口述形式的語言資料，研究者隨後會將語言資料進行逐字稿的謄打，有組織地將受訪者的口述資料進行管理，以利後續的分析。本研究將資料的組織方式（即編碼）說明如下：

1. 編碼格式：按照次序，將訪談的場次、錄音資料獲取日期、資料提供人和其代碼，與資料來源紀錄等資訊明確標示出來。



2. 說明：

- (1) 深度訪談場次：係指採集教授們深度訪談的次序，以 1、2、3 來表示；
- (2) 資料獲取日期：是指採訪的日期，如 20221105；20221110 等；
- (3) 資料提供者及其代號：係指受訪之教授，並以教授 A、教授 B、教授 C、教授 D、教授 E、教授 F，表示其代號；
- (4) 資料出處：係指訪談的資料結果，謄搞整理過後的文字來源。

研究者將訪談所取得的資料進行彙整，依照題項與調查問卷變項，依照主題性的歸類，再製作成清楚的書面報告。



第四章 量化研究結果與討論



第一節 描述性統計

本研究以從事農業者與一般民眾為研究對象，研究者總共收集到 779 份回覆問卷，刪掉無效樣本後，投入後續統計的有效樣本是 727 份（表 1）。

表 1、人口變項敘述統計結果（ $n = 727$ ）

人口變項	百分比（數量）			
性別	男		女	
	50.2%（365 位）		49.8%（362 位）	
學歷	高中職（含）以下	大專院校		碩博士
	17.8%（129 位）	55.4%（403 位）		26.8%（195 位）
年齡	35 歲（含）以下	36-45（含）歲		46（含）歲以上
	22.6%（164 位）	37.3%（271 位）		40.1%（292 位）
居住地	北部	中部	南部	東部與離島
	27.0%	21.0%	40.4%	11.6%
	（196 位）	（153 位）	（294 位）	（84 位）
就讀農業	是		否	
相關科系	16.5%（120 位）		83.5%（607 位）	
從事農業	是		否	
相關事業	41.4%（301 位）		58.6%（426 位）	
婚姻狀況	未婚	已婚	已婚且有小孩	
	31.6%（230 位）	19.8%（144 位）	48.6%（353 位）	

本研究有效樣本在性別區分上，分別為男性 50.2%，女性為 49.8%。依據內政部人口統計資料（內政部，2022a）顯示：在臺灣全國 20 歲以上現住人口中，男性比例為 49.02%，女性比例為 50.98%，與本研究男女比例相符。

本研究在學歷部分，高中職以下學歷的受調者占比為 17.8%，大專院校學的受調者占比約 55.4%，碩博士的受調者為占 26.8%。依據內政部十五歲以上的人口統計資料（內政部，2022b）顯示：在臺灣全國 20 歲以上現住人口中，高中職以下學歷的普查結果占比為 52%，大專院校學歷為 40%，而碩博士學歷者則僅佔 8%。此數據與本研究的結果差異甚大，研究者推估，可能因素為：在發放問卷時，多透過各縣市農會、青農聯誼會、農政單位，以及大專院校等網路平台，屬於較為偏向農業的人口區塊，加上會願意主動幫忙填寫問卷者多為教育程度較高的民眾，這些應該是造成與實際人口普查數據不同的主因。

第二節 項目分析



本問卷題項之項目分析呈現如表 2，表內粗體字為未達到標準值之題項。就平均數而言，最獲認同的前 15 項題項依序為：「17.我會重視農產品的食用安全性」、「8.待人處事皆會力守誠信」、「3.耐心地持續精進技術」、「19.我會關心農產品的新鮮度」、「2.積極充實專業知識」、「5.務實且不懈地思考改善之道」、「20.我會重視農產品的品質好壞」、「39.技術專精且能堅持品質的農民，特別受人尊崇」、「21.盡心盡力地認真做事」、「13.臺灣有許多視農業為良心志業的農民，讓我感到開心而感動」、「6.能傳承精髓並與時俱進」、「1.有執著求真的精神」、「24.我會盡情享用當季盛產的農特產」、「16.勇於承擔且全力以赴」，以及「38.盡責地避免可能的疏失」等。

而「31.購買知名且昂貴的農產品當伴手禮，會讓我覺得有面子」、「34.包裝設計精美的農產品會吸引我」、「29.我會因為品牌知名度，而去購買特定的農產品」、「30.我會因為社會公益形象或注重動物福利，而去購買特定的農產品」、「18.我會在意農產品的賣相」、「22.我喜歡到有人情味的傳統市場購買農產品」、「37.導入科技以育成新品種或強化品質的農產品，會更吸引我的注意力」、「33.我喜歡品嚐知名產地的農產品」、「35.從農產品的生產說明和檢驗標章中，讓我獲得許多新知」、「43.發生天災時，政府對農業的補助是必要的」、「28.我會支持國產，而不去選購更便宜的進口農產品」、「40.專業且親切的賣場人員，會增加我的購買欲望」、「32.我喜歡享用不同品種的農產品（如土芒果和愛文芒果）」、「36.附加料理方式的農產品，會讓我覺得很方便」，以及「42.發展休閒農業，既可提高農民收入，又可舒緩壓力、促進健康」等，為認同度最低的 15 個題項。

此外，根據標準差結果也顯示出，受調者對「31.購買知名且昂貴的農產品當伴手禮，會讓我覺得有面子」、「34.包裝設計精美的農產品會吸引我」、「29.我會因為品牌知名度，而去購買特定的農產品」、「30.我會因為社會公益形象或

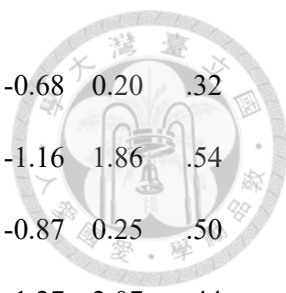


注重動物福利，而去購買特定的農產品」、「43.發生天災時，政府對農業的補助是必要的」、「18.我會在意農產品的賣相」、「37.導入科技以育成新品種或強化品質的農產品，會更吸引我的注意力」、「22.我喜歡到有人情味的傳統市場購買農產品」、「28.我會支持國產，而不去選購更便宜的進口農產品」、「27.我不認同為了增加就業機會，而將農地轉為工商用地」、「33.我喜歡品嚐知名產地的農產品」、「35.從農產品的生產說明和檢驗標章中，讓我獲得許多新知」、「26.我傾向直接向農民購買農產品，讓農民直接獲益」、「4.不斷地追求創新」以及「42.發展休閒農業，既可提高農民收入，又可舒緩壓力、促進健康」等 15 個題項的認同度相對較為分歧。

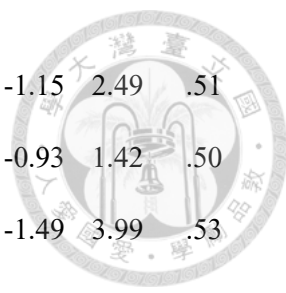
經分析後得知，問卷中第 18、31 和 34 等 3 題的量表因素負荷量低於 .3，不符合檢定標準，遂以粗體字標示。綜言之，本研究項目分析中，並無發現有任何題項，它的未及檢定標準項目有超過兩項，因此通過項目分析的初步檢驗。

表 2、項目分析統計結果 ($n = 727$)

題項	平均 數	標準 差	偏態	峰度	量表因 素負荷
1. 有執著求真的精神。	5.49	0.65	-1.25	2.90	.62
2. 積極充實專業知識。	5.54	0.62	-1.17	1.17	.59
3. 耐心地持續精進技術。	5.58	0.59	-1.14	0.71	.59
4. 不斷地追求創新。	5.24	0.86	-0.94	0.51	.56
5. 務實且不懈地思考改善之道。	5.54	0.61	-1.01	0.19	.66
6. 能傳承精髓並與時俱進。	5.50	0.65	-1.13	0.95	.65
7. 採取嚴格的高標準來要求自己。	5.34	0.75	-1.00	1.23	.61
8. 待人處事皆會力守誠信。	5.61	0.57	-1.18	0.65	.60
9. 精雕細琢而不求快。	5.28	0.78	-0.84	0.27	.65
10. 堅持極致品質，致力百分百的完美。	5.26	0.82	-1.05	1.51	.67
11. 熱愛且全心奉獻於專業工作。	5.37	0.75	-1.31	2.55	.72
12. 會忠誠、敬業且嚴謹地堅守崗位。	5.41	0.70	-1.17	2.19	.73
13. 盡心盡力地認真做事。	5.51	0.62	-1.06	0.87	.74
14. 盡責地避免可能的疏失。	5.45	0.64	-0.90	0.45	.70
15. 親力親為地確認每一個細節。	5.23	0.85	-1.14	1.72	.66
16. 勇於承擔且全力以赴。	5.46	0.67	-1.28	3.11	.70
17. 我會重視農產品的食用安全性。	5.62	0.58	-1.56	3.21	.43
18. 我會在意農產品的賣相。	4.60	0.98	-0.56	0.41	.26
19. 我會關心農產品的新鮮度。	5.56	0.56	-0.87	0.00	.52
20. 我會重視農產品的品質好壞。	5.53	0.60	-1.35	4.34	.48
21. 臺灣有許多視農業為良心志業的農民，讓我感到開心而感動。	5.51	0.69	-1.71	4.71	.54



22.我喜歡到有人情味的傳統市場購買農產品。	4.80	0.97	-0.68	0.20	.32
23.支持並購買在地的農產品，是一件很酷的事。	5.30	0.78	-1.16	1.86	.54
24.我會盡情享用當季盛產的農特產。	5.48	0.62	-0.87	0.25	.50
25.糟蹋糧食會讓我有罪惡感。	5.35	0.78	-1.27	2.07	.44
26.我傾向直接向農民購買農產品，讓農民直接獲益。	5.24	0.89	-1.31	2.06	.44
27.我不認同為了增加就業機會，而將農地轉為工商用地。	5.35	0.93	-1.84	4.13	.33
28.我會支持國產，而不去選購更便宜的進口農產品。	5.11	0.96	-1.09	1.17	.44
29.我會因為品牌知名度，而去購買特定的農產品。	4.25	1.16	-0.41	-0.19	.33
30.我會因為社會公益形象或注重動物福利，而去購買特定的農產品。	4.51	1.14	-0.73	0.33	.42
31.購買知名且昂貴的農產品當伴手禮，會讓我覺得有面子。	3.46	1.33	-0.01	-0.56	.18
32.我喜歡享用不同品種的農產品（如土芒果和愛文芒果）。	5.14	0.82	-0.92	1.40	.46
33.我喜歡品嚐知名產地的農產品。	5.05	0.90	-1.09	1.97	.46
34.包裝設計精美的農產品會吸引我。	4.23	1.18	-0.54	0.16	.27
35.從農產品的生產說明和檢驗標章中，讓我獲得許多新知。	5.05	0.89	-1.16	2.30	.52
36.附加料理方式的農產品，會讓我覺得很方便。	5.16	0.82	-1.20	2.85	.50
37.導入科技以育成新品種或強化品質的農產品，會更吸引我的注意力。	4.85	0.98	-0.88	1.12	.49
38.適度的休耕讓土壤休息，有益於生產環境的永續發展。	5.45	0.73	-1.86	6.24	.46
39.技術專精且能堅持品質的農民，特別受人尊崇。	5.52	0.66	-1.82	6.54	.54



40.專業且親切的賣場人員，會增加我的購買欲望。	5.14	0.84	-1.15	2.49	.51
41.將農產品加工可增加消費選項，又可減少浪費。	5.22	0.77	-0.93	1.42	.50
42.發展休閒農業，既可提高農民收入，又可舒緩壓力、促進健康。	5.18	0.86	-1.49	3.99	.53
43.發生天災時，政府對農業的補助是必要的。	5.06	1.03	-1.31	2.23	.39

註：表內粗體字代表未達檢定標準

第三節 因素分析



研究者續以因素分析的方法，來結構化本調查研究所涉變項，研究者使用因素負荷量（factor loading）高於 .4，特徵值（eigenvalue）大於 1，做為決定因素結構的準繩。

「農業職人精神」經因素分析後得知 KMO 值是 0.946，Bartlett 球型檢定值達到顯著（ $p = .000$ ， $\chi^2 = 6899.746$ ， $df = 120$ ），驗證其適合執行此一分析（表 3）。「農業職人精神」經因素分析萃取出結果顯示，可被區分成兩個因素，研究者依據題項的意涵，將這些因素分別命名為：「追求完美」與「精益求精」。其中，「盡心盡力地認真做事」單題出現有跨因素負荷的現象，研究者依因素分析的分類常規，將該題納於因素負荷量相對較高的因素內。就平均數來講，受調者對「精益求精」的認同程度略高於「追求完美」。表 3 中的兩項因素的 α 值都大於 .8，總累積解釋變異量達到 60.05%，分別代表具有高度的信度及效度。

表 3、農業職人精神之因素負荷量、 M 值、 α 值與累積解釋變異量 ($n=727$)

因素／題項	追求 完美	精益 求精	M	α	% of variance
追求完美			5.36	.91	51.32
會忠誠、敬業且嚴謹地堅守崗位。	.80				
親力親為地確認每一個細節。	.73				
熱愛且全心奉獻於專業工作。	.76				
堅持極致品質，致力百分百的完美。	.74				
精雕細琢而不求快。	.71				
盡心盡力地認真做事。	.69	.41			
勇於承擔且全力以赴。	.67				
盡責地避免可能的疏失。	.67				
採取嚴格的高標準來要求自己。	.60				
精益求精			5.50	.86	8.73
積極充實專業知識。		.80			
耐心地持續精進技術。		.77			
務實且不懈地思考改善之道。		.74			
能傳承精髓並與時俱進。		.68			
不斷地追求創新。		.66			
待人處事皆會力守誠信。		.56			
有執著求真的精神。		.56			
Total variance explained					60.05

註：空格為因素負荷量未達 .4

根據表 3 可知，「追求完美」主要是指：敬業且嚴謹地堅守崗位、親力親為地確認細節、熱愛且全心奉獻於專業工作、堅持極致品質地致力百分百完美的職人精神；而「精益求精」則是指：積極充實專業知識、耐心地持續精進技術、務實且不懈地思考改善之道、能傳承精髓並與時俱進的職人精神。

在本研究中，原依文獻將職人精神設定為：精益求精、追求完美、專注盡責等三個面向，但經因素分析後，在「專注盡責」的六個題項皆被歸納為「追求完美」中；而原設定於「追求完美」面向中的「待人處事皆會力守誠信」則被歸納在「精益求精」中。研究者推論：「力守」這二字應是內心不斷要求自己、有力求向上的信念，歸納於「精益求精」面向應屬合理。而原設定在「追求完美」的「有專業道德且嚴守產業規範」未達因素負荷量的檢定標準，研究者推論這可能與認知有關。職人可能認為，其在產品的表現應該要高於道德品格，職人要追求的是盡善作品的完美性，而非專注在個人的道德操守上。此外，另有「有追求卓越的專業態度」一題也未達因素負荷量的檢定標準，研究者則認為，在臺灣農業當中，外人難以窺見農民追求卓越的專業態度，也難以知曉其可比性，這些都是可能造成未達因素負荷量檢定標準的原因。

民眾之「知覺價值」根據因素分析結果後得知，亦適合執行因素分析 ($p = 0.000$, $KMO = 0.901$, $\chi^2 = 5843.214$, $df = 351$) (表 4)。因素分析結果萃取出四個因素，依照其題項內涵分別命名為：「條件價值」、「情感價值」、「社會價值」和「功能價值」。第 17 與第 37 兩個題項，出現跨因素負荷的現象，研究者亦將該題歸入因素負荷量較高的因素。就平均數來講，受調者最認同的是「功能價值」，其次依序為「情感價值」、「條件價值」和「社會價值」。各因素之 α 值皆高於 .5，代表有可接受的信度 (Perry, Charlotte, Isabella, & Bob, 2004, p. 364)；而總累積解釋變異量則達 45.79%，亦表示具有可接受的效度。

表 4、民眾知覺價值的因素負荷量、 M 值、 α 值與% of variance ($n = 727$)

因素／題項	a	b	c	d	M	α	% of variance
條件價值 (a)					5.21	.80	26.44
適度的休耕讓土壤休息，有益於生產環境的永續發展。	.69						
技術專精且能堅持品質的農民，特別受人尊崇。	.68						
發展休閒農業，既可提高農民收入，又可舒緩壓力、促進健康。	.61						
將農產品加工可增加消費選項，又可減少浪費。	.60						
專業且親切的賣場人員，會增加我的購買欲望。	.51						
附加料理方式的農產品，會讓我覺得很方便。	.47						
從農產品的生產說明和檢驗標章中，讓我獲得許多新知。	.46						
我喜歡享用不同品種的農產品（如土芒果和愛文芒果）。	.42						
發生天災時，政府對農業的補助是必要的。	.41						
情感價值 (b)					5.27	.76	8.91
我會支持國產，而不去選購更便宜的進口農產品。	.72						
我傾向直接向農民購買農產品，讓農民直接獲益。	.67						
糟蹋糧食會讓我有罪惡感。	.59						
我不認同為了增加就業機會，而將農地轉為工商用地。	.55						
我會盡情享用當季盛產的農特產。	.55						
支持並購買在地的農產品，是一件很酷的事。	.52						



我喜歡到有人情味的傳統市場購買農產品。	.50		
臺灣有許多視農業為良心志業的農民，讓我感到開心而感動。	.40		
社會價值 (c)	4.39	.77	5.50
我會因為品牌知名度，而去購買特定的農產品。	.71		
購買知名且昂貴的農產品當伴手禮，會讓我覺得有面子。	.71		
包裝設計精美的農產品會吸引我。	.69		
我會因為社會公益形象或注重動物福利，而去購買特定的農產品。	.56		
我喜歡品嚐知名產地的農產品。	.50		
導入科技以育成新品種或強化品質的農產品，會更吸引我的注意力。	.49	.40	
功能價值 (d)	5.33	.54	4.94
我會關心農產品的新鮮度。	.77		
我會重視農產品的品質好壞。	.75		
我會在意農產品的賣相。	.45	.49	
我會重視農產品的食用安全性。	.40		
Total variance explained			45.79

註：空格為因素負荷量未達 .4

根據表 4 可知，「條件價值」主要是指：適度休耕以促進生產環境的永續發展、技術專精且能堅持品質的農民、發展休閒農業等價值；「情感價值」專指：支持國產、直接向農民購買農產品、不糟蹋糧食等價值；「社會價值」是指：因品牌知名度而去購買、為了面子而去購買知名且昂貴的農產品伴手禮、購買包裝

設計精美的農產品等價值；而「功能價值」則是指：關心農產品新鮮度、重視農產品品質、在意農產品賣相等價值。

本研究原有之「我會關心農產品價格的合理性」題項，其因素負荷量未達檢定標準。研究者推論，多數消費者不太清楚市場上農產品的定價，且農產品的價格資訊，多為拍賣市場或是大型通路所決定，農產品的價格多是波動的，且農產品的多樣性，要熟悉每一項農產品的價格合理區間相當困難。此外，「我會注意購買農產品的便利性」也未達因素負荷量的檢定標準，研究者認為，受調者為了便利性，多會選擇居家鄰近的市場或是連鎖通路，不太會因為想要選購特殊的農產品，而特別注意購買時是否會更為便利。最後，「購買認識或有口碑的農民產品，會讓我感到安心」也未達因素負荷量的檢定標準，研究者則認為，多數消費者可能並沒有認識專業務農者，其選購方式多在傳統市場、蔬果攤或是大型通路購買。

第四節 相關性分析



本研究將所有研究變數，農業職人精神中的兩個因素（追求完美、精益求精）與知覺價值的四個因素（條件價值、情感價值、社會價值、功能價值）進行相關性分析，首先檢視分析結果是否具有顯著性後，再檢視各因素之間的正或負相關程度（表 5）。

表 5、相關性分析（ $n = 727$ ）

	A	B	C	D	E	F
追求完美（A）	1	.71***	.50***	.47***	.30***	.45***
精益求精（B）		1	.45***	.41***	.25***	.39***
條件價值（C）			1	.59***	.53***	.42***
情感價值（D）				1	.30***	.39***
社會價值（E）					1	.29***
功能價值（F）						1

註：*** $p < .001$

依據 Schober、Boer 與 Schwarte（2018）對相關係數的建議（.39 以下是低度相關，.40-.69 是中度相關，.70 以上是高度相關），表 5 報導了本研究各變項之間的相關性程度為：

- （一）「追求完美」與「精益求精」呈現高度相關；和「條件價值」、「情感價值」、「功能價值」呈現中度相關；與「社會價值」呈現低度相關。
- （二）「精益求精」與「條件價值」、「情感價值」呈現中度相關；「社會價值」及「功能價值」呈現低度相關。
- （三）「條件價值」與「情感價值」、「社會價值」及「功能價值」呈現中度相關。



(四)「情感價值」與「社會價值」及「功能價值」呈現低度相關。

(五)「社會價值」與「功能價值」呈現低度相關。

有關高度與中度相關的分析方面，根據表 5 可知，「追求完美」與「精益求精」職人精神內涵呈現高度相關，其次為「條件價值」與「社會價值」以及「條件價值」與「情感價值」呈現中度相關。敬業且嚴謹地堅守崗位、親力親為地確認細節、熱愛且全心奉獻於專業工作的「追求完美」職人精神，與積極充實專業知識、耐心地持續精進技術、務實且不懈地思考改善之道的「精益求精」職人精神。職人之所以會被受調者認定，是在工藝或技術水準上，受到高度評價；而不斷提升自己的專業知識，則是養成職人精神的必要條件。就農業而言，「追求完美」與「精益求精」這兩種職人精神，確實較不易清晰區分。再者，適度休耕以促進環境永續、技術專精且能堅持品質等「條件價值」，與支持國產、直接向農民購買農產品、不糟蹋糧食等「情感價值」，因為這兩種價值都是基於永續發展與認同鄉土。而且，農民為了讓農地休養生息，其生產成本也會增加，因而反應在消費者支持國產的農產品上。最後，適度休耕以促進環境永續、技術專精且能堅持品質等「條件價值」，與因品牌知名度或為了面子而去購買等「社會價值」也呈現中度相關，應該是因為受調者知曉在特定條件下（如環境永續、技術專精、堅持品質等）所生產的農產品品質會有一定的保障，因此才會想要去購買。

有關低度相關的分析方面，續表 5 中，呈現低度相關四組有「精益求精」與「社會價值」、「功能價值」與「社會價值」、「追求完美」與「社會價值」，以及「情感價值」與「社會價值」。積極充實專業知識、耐心地持續精進技術、務實且不懈地思考改善之道的「精益求精」職人精神，和敬業且嚴謹地堅守崗位、親力親為地確認細節、熱愛且全心奉獻於專業工作的「追求完美」職人精神，都與因品牌知名度或為了面子而去購買等「社會價值」呈現低度相關。研究者認為，消費者是否購買農產品，多半仍會決定在產品的品質上，消費的當下不



太會去深思農民是否具備有「精益求精」與「追求完美」職人精神。接著，關心農產品新鮮度、重視農產品品質、在意農產品賣相等「功能價值」與因品牌知名度或為了面子而去購買等「社會價值」也呈現低度相關。一般來說，「功能價值」都屬於消費者對農產品的基本要求，而本研究的「社會價值」則屬於消費者對頂級農產品的要求，這兩種價值相去較遠，因此形成低度相關。最後，支持國產、直接向農民購買農產品、不糟蹋糧食等「情感價值」與因品牌知名度或為了面子而去購買等「社會價值」亦呈現低度相關。研究者認為：受調者會有支持國產農產品的認同感，但不一定會特別選擇知名度高的品牌，尚且目前在臺灣農產品的品牌建立體系尚未蓬勃發展，也因此受調者不必特別選購特定品牌。

第五節 迴歸分析

本研究以多元迴歸分析，來檢視農業職人精神（追求完美、精益求精）對民眾知覺價值（條件價值、情感價值、社會價值與功能價值）之影響，整體模型達到顯著水準（ $p < .001$ ）。為節省空間，表 6 至表 9 係將四個不同知覺價值的迴歸分析結果予以合併報導。

從分析結果顯示，「追求完美」的農業職人精神對知覺價值之「條件價值」（ $\beta = .36, p < .001$ ）、「情感價值」（ $\beta = .36, p < .001$ ）、「社會價值」（ $\beta = .35, p < .001$ ），以及「功能價值」（ $\beta = .25, p < .001$ ），都會產生影響。而「精益求精」的農業職人精神對「條件價值」（ $\beta = .19, p < .001$ ）、「情感價值」（ $\beta = .15, p < .01$ ）與「功能價值」（ $\beta = .14, p < .01$ ），均會有顯著的影響，但不會對「社會價值」產生顯著的影響。

表 6、條件價值之迴歸分析（ $n = 727$ ）

變項	條件價值				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
（常數）	2.33		12.21	.000***	
追求完美	.33	.36	7.93	.000***	2.03
精益求精	.20	.19	4.20	.000***	2.03
模型摘要	R^2		.26		
	F		129.68		
	p		.000***		

註：*** $p < .001$



在追求完美對應條件價值的分析上，根據表 6 的迴歸分析顯示，「追求完美」是最能增進「條件價值」的職人精神。如前所述，追求完美的職人精神內涵，是指敬業且嚴謹地堅守崗位、親力親為地確認細節、熱愛且全心奉獻於專業工作、堅持極致品質地致力百分百完美。這些自我要求有助於提高生產環境的品質和效率，並進一步增強農產品的價值。從另一層面來看，在「條件價值」的內涵中，民眾對生產環境的永續發展，以及農民的技術專精和堅持品質是有期待的，這與追求完美的職人精神內涵相當一致，因為追求完美所要求的也有技術專精和堅持品質。如果農民具有追求完美的精神，也會對生產環境的每一個細節都非常嚴謹，從而能夠種植出高品質的農產品，更可進一步提高農產品的價值。另受調者也相當認同須對農地有適度的休養生息，唯有讓農民調整出良好的生產環境，才能有機會生產出更高品質的農產品，同時也有助於土壤環境的永續發展。而且，對於農業職人而言，土壤的休養生息，是從事農業的細節與專業所在，這必需有長年親力親為的累積經驗與以及智慧來用心觀察，土壤狀態的熟知對農業職人來說，是最基本的技能知識。而敬業且全心奉獻於專業工作的農民，也會為了追求完美而提升自己的技術，且越來越專精，使自己的產品品質，開始會有穩定有保障；而對品質的保證也是農業職人的信譽，亦會受人尊崇。

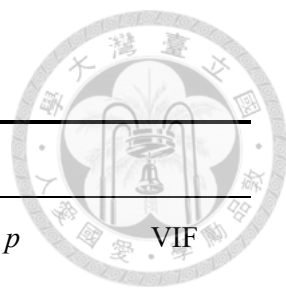
在精益求精對應條件價值的分析上，表 6 的分析結果也顯示，「精益求精」的職人精神會正向地影響「條件價值」。精益求精是指積極充實專業、耐心地持續精進、務實且不懈地思考改善、能傳承精髓並與時俱進的職人精神。由於現今氣候變遷、病蟲害問題頻發，加上長期化學農藥與化學肥料的使用越來越多，土壤的地力早已大不如前，更考驗著農業職人的知識與決斷執行力，農業職人因此必須不斷地充實自己，與時俱進。農業職人對技術的精進與追求，不外乎便是為了提供給消費者更好的產品，當民眾享受到更優質的農產品時，便會對農民感到敬佩與尊崇，也能增強農民的專業形象。而「條件價值」的核心內涵——農民的技術專精和堅持品質，亦與精益求精的職人精神內涵一致。



研究總結顯示，追求完美的職人精神對條件價值的影響，要比精益求精的職人精神的影響力更大。研究者推論，這兩種職人精神都是追求專業領域中最高水準的態度及行為，但兩種職人精神專注的焦點略有不同。「追求完美」更強調的是品質和精度的極致追求，並且對每個步驟和細節都有高度的把關，這樣的態度有助農民培養保護生產環境的意識，也能提高生產效率和產品品質，從而贏得更多消費者的信任和尊重而「精益求精」則更注重的是技術的不斷提升和創新，包括不斷地研究和學習新的技術、工具和方法，並且運用這些知識和技能來持續改進產品和生產流程。這樣的態度可以幫助農民更好地掌握市場需求，發展新的產品和服務，以滿足消費者的需求和期望。

總體而言，追求完美與精益求精這兩種職人精神，與條件價值所代表環境永續發展是相補相成的。不過相對來說，「追求完美」的職人精神可能更能贏得消費者的信任和尊重，因為他們能夠提供高品質、精確度和完美的產品，而「精益求精」的職人精神，多能幫助農民掌握市場的趨勢和需要，持續改進農產品的狀況和生產流程，從而適應市場的變化。

表 7、情感價值之迴歸分析 ($n = 727$)



變項	情感價值				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
(常數)	2.63		13.55	.000***	
追求完美	.33	.36	7.80	.000***	2.03
精益求精	.16	.15	3.24	.001**	2.03
模型摘要	R^2		.23		
	F		108.82		
	p		.000***		

註: ** $p < .01$, *** $p < .001$

在追求完美對應情感價值的分析上，根據表 7 的迴歸分析顯示，與條件價值相似，「追求完美」也是最能增進「情感價值」的職人精神，不同的是，「情感價值」係指支持國產、直接向農民購買農產品、不糟蹋糧食等消費者的感知。研究者認為：追求完美職人精神包含了對農業工作的高度熱情和奉獻，這種熱情和奉獻或可激發消費者對產品的關注和熱愛，從而對國產農產品產生情感認同和行動支持。同樣的，追求完美所強調的堅守崗位、親力親為、確認細節、堅持極致品質等內涵，這可使農民更加專注在於生產出更優質的農產品，進而提高引發消費者對國產農產品的信任和認同。在不斷的正向循環下，農民的追求完美也會讓消費者更相信直接向他們購買農產品是相當值得的，也可增加農民的收益。綜整而言，追求完美的職人精神和情感價值之間存在著相互促進的關係，這種依據可以推動產品質量的提高，從而加強消費者對國產農產品的支持和情感認同。



在精益求精對應情感價值的分析上，表 7 的分析結果也顯示，「精益求精」的職人精神與也會正向的影響「情感價值」。研究者認為：「精益求精」的職人精神會反應在農業工作技能或是呈現在成果上，以提供更優質的產品或服務。當消費者認同這樣的精神時，則會更傾向於支持國產，並願意為了支持國產而提高願付價格。當具有精益求精的職人與消費者同時有著關注永續發展理念時，也會更支持在地的農產品。當建立起對土地永續的認同感後，便不會支持短視近利地將農地轉為工商用地去發展。這都有助於推動消費者支持國產農產品，並使臺灣的農地永續發展。

誠如前述，情感價值所強調的是個人價值觀和情感層面的考量，例如支持國產、因有以良心為志業的農民而感動、尊重農民等。精益求精的職人精神，比較著重在農業職人的技術等內顯層面，而追求完美的職人精神所蘊含的價值觀念和行為方式，更為外顯且容易引起消費者的共鳴和認同。對於消費者而言，追求完美是一種追求卓越生產、追求產品品質的精神，更能體現出農民職人在品質的追求和對專業的熱愛，因此在情感價值上，追求完美的職人精神會比精益求精更能增進情感價值的主因。不過，這兩種農業職人精神，都能對臺灣農民和臺灣農業的支持度產生顯著的影响力。

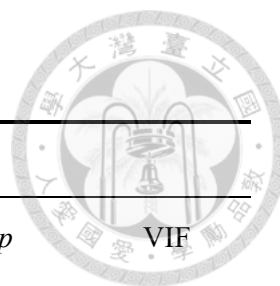


表 8、社會價值之迴歸分析 ($n = 727$)

變項	社會價值				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
(常數)	1.99		6.40	.000***	
追求完美	.33	.25	4.89	.000***	2.03
精益求精	.11	.07	1.44	.150	2.03
模型摘要	R^2		.09		
	F		36.43		
	p		.000***		

註: *** $p < .001$

在追求完美對應社會價值的分析上，根據表 8 的迴歸分析顯示，與條件和情感價值相似，「追求完美」職人精神也能顯著地增進「社會價值」，不同的是，「社會價值」係指因品牌知名度而去購買、為了面子而去購買、為了包裝設計精美而去購買等消費反應。研究者認為：追求完美的職人精神是建立在追求高品質、嚴謹與完美的產品與技術，也比較有機會可以創立一個品牌形象的信譽，能在產品與技術層面，容易獲得消費者高度的認同與信任。當受調者看到該品牌的產品時，會自然而然地感受到產品的品質有保障，因此在選擇時也會更傾向於購買。品牌知名度與信譽也是社會價值內涵中的一部分，對於注重在品牌知名度上的消費者來說，如能將追求完美的職人精神，深植在品牌上，形成一種印象，藉此讓消費者更有好感的可能去購買該品牌的產品。另外，追求完美的職人精神，也能夠藉此反映在產品的包裝與設計上，讓產品更顯精美與深度，亦有助於提升品牌的形象與價值。換句話說，「追求完美」有其外顯性，對於品牌知名度與形象建立之社會價值有著重要的影響。

在精益求精對應社會價值的分析上，儘管「精益求精」的職人精神，在本研究中無法達到顯著的影響。不過，強調不斷精進專業技能、思考改進的方式和方法等，仍是一位務農者必須要擁有的職人精神。雖然具有精益求精職業精神的職人，可能會有機會創造出更創新或更高品質的產品，但這不意味著他們的產品，會成為消費者喜好的首選。然而，社會價值在本研究中主要是指消費者對品牌知名度、產品包裝和社會形象的偏好，精益求精的職人精神在提升產品品質和職業能力方面有一定的作用，但對社會價值所產生的影響相對並不顯著。

表 9、功能價值之迴歸分析 ($n = 727$)

變項	功能價值				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
(常數)	3.10		17.96	.000***	
追求完美	.28	.35	7.55	.000***	2.03
精益求精	.13	.14	2.99	.003**	2.03
模型摘要	R^2		.22		
	F		99.30		
	p		.000***		

註: ** $p < .01$, *** $p < .001$

在追求完美對應功能價值的分析上，根據表 9 的迴歸分析顯示，與條件、情感 and 社會價值相似，「追求完美」職人精神最能增進「功能價值」，所不同的是，「功能價值」係指重視農產品新鮮度、品質和賣相等消費反應。研究者認為：在農產業中，擁有追求完美的農民，會從每一個細節出發，致力於提高農產品的品質，他們會精挑細選種子，嚴格控制種植環境和作物管理，以確保農產品



生長直至採收。也會在收成後，嚴選果實以確保品質優良，並在包裝過程中仔細檢查每個細節，以確保農產品賣相和食用安全性。因此，追求完美的職人精神，一樣是有助於提高農產品的品質和價值，如會考量新鮮度、品質好壞、賣相和食用安全性等。消費者也會因為這些高品質的農產品而感到滿意，進而對農民和其所生產的產品產生信任和忠誠度，藉以贏得消費者的青睞。

在精益求精對應功能價值的分析上，從表 9 中可得知，精益求精的職人精神也會增進消費者的「功能價值」。這可能意味著，農民專注在專業技能提升或是不斷地改善整個種植生產流程與農場環境細節，以及探索並學習如何提升種植技術的同時，持續改進收穫的品質挑選都有助於確保農產品的品質提升和新鮮度的保證，同時也帶動著提高農產品在賣相上的良率，而這些恰恰都能滿足消費者對於功能價值的需求。另在用藥上，如果農民能學會更正確的使用化學農藥和化學肥料，將更能確保農產品的食用安全性，也能符合受調者對於功能價值的需求。

從表 9 研究總結顯示出，追求完美也會比精益求精對消費者的功能價值產生更大的影響，研究者推論，追求完美主要是促使產品品質的提升，且在生產過程中細心關注每一個細節，確保產品達到最佳狀態。相對地，精益求精的職人精神可能是更注重於提高生產效率和減少浪費，但對於產品品質和細節方面的注重程度，消費者可能會覺得不如追求完美的職人精神高。在研究假設檢定方面，H1（精益求精的農業職人精神會正向影響民眾的知覺價值）獲得部分支持，H2（追求完美的農業職人精神會正向影響民眾的知覺價值）獲得支持，另因未如預期分析出專注盡責的農業職人精神，因此 H3（專注盡責的農業職人精神會正向影響民眾的知覺價值）予以拒絕。

表 10、迴歸分析結果摘要表

	條件價值	情感價值	社會價值	功能價值
追求完美	.36***	.36***	.25***	.35***
精益求精	.19***	.15***	.07	.14**

總體來講（表 10），追求完美的職人精神比精益求精的職人精神對知覺價值的影響更大。研究者認為，追求完美的職人精神包含了對品質的極致追求和百分之百的專注度，這使產品在外觀、品質、食用安全等多個方面都能得到最優越的表現；而精益求精的職人精神更注重在技能的精進和不斷地改進，雖然也可以提高產品品質，但是在消費者所觀看的層面，可能沒有追求完美的職人精神來得全面。因此，追求完美的職人精神對於知覺價值的影響更甚。

第六節 差異分析

本研究為回答研究問題 RQ1（知覺價值會因受調者背景之不同，而產生何種差異？），研究者以獨立樣本 t 檢定獲知，受調者對於職人精神與知覺價值的認同度，均不會因為性別不同與從事農業與否而產生差異（表 11、表 13）。不過，就讀農業相關科系之受調者對「追求完美」的職人精神，以及情感價值與功能價值，都會顯著地低於非就讀農業相關科系者。另就讀農業相關科系之受調者對社會價值的認同度，顯著地高於非就讀農業相關科系者（表 12）。

表 11、性別之獨立樣本 t 檢定 ($n = 727$)

變項 / 因素	男性 ($n =$		女性 ($n =$		t 值	Levene 值	df
	365)		362)				
	M	SD	M	SD			
職人精神							
追求完美	5.40	0.57	5.33	0.57	1.61	0.20	724.64
精益求精	5.51	0.48	5.49	0.49	0.60	0.11	725
知覺價值							
條件價值	5.22	0.54	5.21	0.50	0.27	1.08	725
情感價值	5.28	0.54	5.26	0.50	0.55	1.39	725
功能價值	5.32	0.46	5.34	0.45	-0.69	0.08	725

在性別之獨立樣本分析上，表 11 的分析結果顯示，職人精神及知覺價值不會因為男女之別產生顯著的差異。研究者認為，追求完美的職人精神應當是一種工作態度和專業表現，不會受到性別的限制或影響。在職場上，男性和女性都可以表現出敬業、嚴謹、細心、全心奉獻和致力於品質的精神，雖然在某些文化下或行業中可能存在性別差異的刻板印象，但在現代職場中，無論男女在職場上，

都可以擁有追求完美的職人精神；而追求精益求精的職人精神，和個人的職業操守和專業精神有關，也應該是不論男女，亦不受到性別的限制與偏見。

在條件價值方面，關於適度休耕、技術專精、品質堅持和發展休閒農業等條件，都與永續發展、農業現代化和多元化經營等相關，亦不受男女性別等影響；在情感價值層面，因為支持國產、傾向農民購買農產品、避免糟蹋糧食等價值觀，都是基於個人道德或價值觀，而不是基於性別的不同；在社會價值方面，當與民眾的消費行為有關的，亦不論性別；最後，在功能價值方面，如對農產品新鮮度、品質和賣相的關注，是會因個人的經驗、背景有所不同，但非基於性別的差異而有所不同。

表 12、就讀農業相關科系之獨立樣本 t 檢定 ($n = 727$)

變項 / 因素	是 ($n = 120$)		否 ($n = 607$)		t 值	Levene 值	Df
	M	SD	M	SD			
職人精神							
追求完美	5.25	0.63	5.39	0.56	-2.35*	1.94	725
精益求精	5.43	0.52	5.51	0.48	-1.69	0.90	725
知覺價值							
條件價值	5.16	0.62	5.23	0.50	-1.35	4.80	725
情感價值	5.17	0.61	5.29	0.50	-2.30*	7.08	725
社會價值	4.56	0.75	4.36	0.76	2.67**	0.48	725
功能價值	5.23	0.51	5.35	0.44	-2.46*	0.43	725

註：* $p < .05$, ** $p < .01$



在就讀農業相關科系之分析上，根據表 12 的獨立樣本 t 檢定數據顯示，追求完美的職人精神會因就讀農業相關科系與否而有顯著的差別，非就讀農業相關科系的受調者對追求完美的認同度顯著地高於就讀農業相關科系的受調者。研究者認為，在追求完美職人精神方面，可能會存在著所學專業的差異。對學農的受調者來講，他們深知氣候因素會帶來不穩定，因此比較著重現場觀察、農業技術及實地經驗，相對在觀察與經驗上也比較細緻且重要性高。因此就讀農學院系的受調者，可能會在培養的過程中，原本就有更多的磨練與養成，用以因應注意氣候的變遷以及病蟲害的發生，特別是在育種過程上，更需要堅守崗位於田間進行每一日的觀察紀錄，以確保每一個作物生長過程中細微的變化。相反地，非農業相關科系之所學，可能會比較注重效率、速度，以及單位時間內極大化的量產，因此非農科系的受調者所追求的目標就有所不同，又因為農食關乎安全與健康，因此對於農民追求完美的職人精神會有較高的期待與認同感。另外，有可能是因為非就讀農業科系的受調者，對於農業相關工作不具有實際經驗和專業知識，因此對於追求完美的職人精神可能會抱持著一種理想化或抽象的觀點，而就讀農業科系的受調者已經在這個領域中深入學習，則因為有更多的實際經驗和專業知識，因此會對追求完美的職人精神持有更務實的看法，知道在實際操作上有些情況是無法達到百分百完美的。就讀不同科系的人們可能會產生不同的價值觀、文化背景和社會經驗，進而影響對追求完美的職人精神的認同程度。

在就讀農業相關科系之情感價值分析上，根據表 12，在情感價值認同度方面，非就讀農業相關科系的受調者大於就讀農業相關科系的受調者。研究者推論，這可能與受調者對農業實務上的認知和經驗有關。就讀農業相關科系的受調者，原本就更加深入地瞭解農業生產、行銷等知識，因此對於農產品的價值和意義有較清晰的認識，不太會被外在因素所左右；而非就讀農業相關科系的受調者，可能對於農業產業的認知和實際經驗較少，容易受到社會媒體或流行追求等因素所影響，從而受到影響而產生情感價值上的認同。比方在糧食自給率方面，

就讀相關農業科系的受調者，因對於農產品的認識較深，知曉在此方面是難以單靠國產雜糧自行生產，來達到自給自足的。而在糟蹋糧食這件事情上，就讀農業相關科系的受調者，知悉農產品在上架前，已經有過一波汰除的選別，對此事的關注度相對可能因此看得比較淡。

在就讀農業相關科系之社會價值分析上，續表 12，在社會價值認同度方面，就讀農業相關科系的受調者是大於非就讀農業相關科系的受調者。研究者認為，這可能與就讀農業相關科系的受調者，在學習過程中，原本就對農業相關的知識有深入的理解，也較能知道農業生產者所面臨的困境，包括市場行情、產銷履歷、人口老化、從農人口不足等因素。因此，對於農業相關產品的品質、品牌知名度、產地、生產過程等資訊會較為敏感，也會更關注在產品的真實價值，內心方面是渴望被重視的；相對的，對於非就讀農業相關科系的受調者，可能較少考量到產品的真正價值。

在就讀農業相關科系之功能價值分析上，非就讀農業相關科系的受調者大於就讀農業相關科系者。就此結果推估，就讀農業相關科系的受調者對農業知識基底高，對農產品的品質、新鮮度與賣相等功能價值的條件原本就有更深入的知識，自然而然的內化為常識；相反地，對於非農業相關科系的受調者來說，他們可能沒有相同程度的知識和經驗，對農產品的品質、新鮮度和賣相等功能價值的條件，就很有可能不會給予一樣的重視和關注，會更追求表面的功能價值。



表 13、從事農業相關事業之獨立樣本 t 檢定 ($n = 727$)

變項 / 因素	是 ($n = 301$)		否 ($n = 426$)		t 值	Levene 值	df
	M	SD	M	SD			
職人精神							
追求完美	5.37	0.58	5.36	0.57	0.17	0.06	725
精益求精	5.51	0.49	5.49	0.49	0.44	0.11	725
知覺價值							
條件價值	5.20	0.55	5.22	0.50	-0.56	1.79	725
情感價值	5.28	0.53	5.26	0.51	0.64	0.15	725
社會價值	4.45	0.78	4.35	0.75	1.80	2.79	725
功能價值	5.30	0.49	5.35	0.43	-1.32	4.63	725

表 13 數據顯示，職人精神以及知覺價值不會因從農與否而有顯著的差異。研究者解讀，對於從農的受調者而言，經濟考量多為其主要出發點，深知農業易受氣候、政治與市場等三大因素所左右，因而形成多數農民並非更認同應有職人精神，且將其做為職業生涯的追求標的；相反的，多數農民會認為農產品須以量產為導向、儘可能把農產品商業化，儘量把農產品銷售出去即可。

在從事農業相關事業之知覺價值分析上，在條件價值方面，可能存在著利益考量，從農者可能會更關注經濟效益。而適度休耕、技術專精、發展休閒農業等價值，雖然有助於環境永續發展，但可能需要耗費更多時間、資源與成本，對經濟效益的影響也不一定能立即顯現，加上農產品的毛利率極低，因此從農者不見得會更認同這些價值。此外，從農者會依照自己的實務經驗，與作物栽培習慣、種植模式、地理環境等條件，來決定適度休耕等生產模式。另則，目前農業從業人口老化，年齡偏高，對於新興的農業價值觀可能接受度也不高，若政府沒有相應的政策支持和激勵，從農者可能不會有太大的動力去更加認同這些價值。



在情感價值方面，因為從農者對於農產品的生產和銷售有更深入的了解和認識，本身就會更關注產品的品質、價格和市場需求等因素，而非僅僅是基於愛國心之情感價值。此外，從農者也可能會有更多的競爭壓力，需要尋求更有效率的生產方式和更廣泛的市場銷售管道，因此會更傾向於進口廉價農產品以滿足市場需求，或是選擇透過合作社或大型農產品公司進行銷售，而非直接向農民購買農產品。這些因素都可以用以解釋為什麼從農者並不一定會更認同情感價值。

在社會價值方面，可能存在著專業知識的差異。從農者本對農產品的品質、生產過程、處理方式便相當專精，因此他們的消費行為可能會更加注重實用性、品質和價值。此外，從農者需要經常提升自己的專業知識，因此他們會更加重視實際的效益，而非僅是品牌和包裝層面而已。另從農者需要經常處理農業廢棄物和污染物，因此他們會更加關注環境保護和可持續性發展，可能更加傾向於選擇不破壞環境的商品。

在功能價值方面，從農者通常已經對農產品的新鮮度、品質和賣相都有相當程度的關注，這些條件對他們來說已是基本要求，因此可能不會特別強調或更加認同。此外，從農者更關注的是其他面向的問題，例如生產效率、減少浪費、提高產量等。因此，雖然這些功能價值對消費者很重要，但對從農者來說，可能不是最重要的考量。

在年齡方面，單因子變異數分析 (*ANOVA*) 得知，「精益求精」的職人精神與情感價值會因年齡之不同而產生明顯的差異 (表 14)。不過，Scheffé 事後檢定結果僅確認，36 歲至 45 歲的受測者，對於情感價值的認同度會顯著高於其他年齡的受測者。



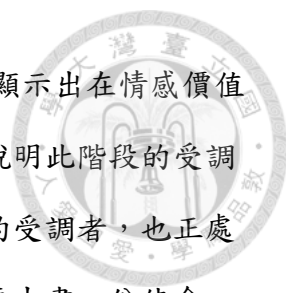
表 14、年齡之 ANOVA 檢定 ($n = 727$)

變項 / 因素	35 歲以下		36 歲-45 歲		45 歲以上		F 值	Levene df 值	Scheffé 檢定
	(a)		(b)		(c)				
	(n = 164)		(n = 271)		(n = 292)				
	M	SD	M	SD	M	SD			

職人精神									
追求完美	5.33	0.63	5.40	0.56	5.35	0.54	1.03	3.54	2
精益求精	5.46	0.53	5.56	0.45	5.47	0.49	3.32*	5.75	2
知覺價值									
條件價值	5.22	0.54	5.26	0.48	5.17	0.54	1.86	1.14	2
情感價值	5.16	0.61	5.36	0.44	5.24	0.51	8.89***	10.35	2 b > a, c
社會價值	4.44	0.78	4.34	0.78	4.41	0.74	0.924	0.74	2
功能價值	5.35	0.51	5.33	0.45	5.31	0.43	0.408	2.10	2

註：* $p < .05$, *** $p < .001$

表 14 的 ANOVA 分析結果顯示，精益求精的職人精神的認同感會因年齡不同而有顯著的差異，而 36 歲到 45 歲受調者平均數明顯高於其他年齡階段的受調者。研究者推斷，此年紀階段的受調者正處於事業發展的黃金期有關，在職業上會有較高的要求，而且也已經完成職業生涯的轉型和發展，對於自己的職業和專業領域有較高的認同感，會更期望在工作上能有更好的表現和成就。在這個年齡區間的受調者，可能因此會更加注重精益求精的職人精神，藉以認同並提升自己的專業本能。



此外，36 到 45 歲的區間年齡層的受調者，經 Scheffé 檢定顯示出在情感價值上，會顯著地高於其他兩個年齡層的受調者。研究者認為，這說明此階段的受調者已經有一段的生活歷練，會高於剛出社會正在起步階段區間的受調者，也正處於職場或是社會上的中堅人物，對於支持國產農產品會認為需要去盡一份使命，進而更會傾向直接跟農民購買農產品。而此年齡階段也可能已經成家立業，對家庭的經濟支出和生活品質有較高的追求，對糟蹋糧食方面也可能會因為必須盡到身教言教所致，而有更高的認同感。而在 45 歲以上的受調者，則是已經完成職業上的轉型，或是成為管理職，對於情感價值的要求也可能因此趨向平淡。

單因子變異數分析 (ANOVA) 結果得知，知覺價值也會因為受調者學歷之不同而產生差異 (表 15)。經 Scheffé 檢定顯示，大學與專科以下學歷的受調者對「情感價值」的認同度會顯著高於具有碩博士學歷者；大學與專科學歷的受調者對「社會價值」的認同度會顯著高於高中職以下學歷者；而大學與專科學歷的受調者在「社會價值」及「功能價值」，都會顯著高於具有碩博士以上的學歷者。



表 15、學歷之 ANOVA 檢定 ($n = 727$)

變項 / 因素	高中職以下		大學／專科		碩士／博士		F 值	Levene df 值	Scheffé 檢定
	(a) (n =		(b) (n =		(c) (n =				
	129)		403)		195)				
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
職人精神									
追求完美	5.45	0.56	5.37	0.56	5.30	0.59	2.76	0.44	2
精益求精	5.57	0.49	5.50	0.49	5.47	0.47	1.79	1.13	2
知覺價值									
條件價值	5.24	0.51	5.25	0.52	5.12	0.51	4.38*	2.11	2 b > c
情感價值	5.35	0.50	5.30	0.52	5.15	0.51	7.51**	0.21	2 a, b > c
社會價值	4.24	0.79	4.47	0.77	4.33	0.71	5.48**	1.07	2 b > a
功能價值	5.35	0.46	5.36	0.46	5.26	0.44	3.53*	2.12	2 b > c

註：* $p < .05$, ** $p < .01$

在學歷之差異分析上，表 15 的分析結果顯示，知覺價值的認同感會因學歷不同而有顯著的差異，具有大專學歷的受調者對條件價值的認同顯著高於具有碩博士學歷的受調者。研究者推論，這可能與受教育程度和社會觀念有關，大學學歷的受調者，將農業視為一個生產環境，而不僅僅是農作物的生產者，也會更關注社會和環境議題，因此更認同適度休耕以促進生產環境的永續發展和發展休閒農業等價值。而碩博士的學術研究與教育訓練更為專精化，可能會更加關注在技術、創新和商業利益的分析上，因此會對這些條件價值的認同度略有不同。



在學歷差異對於知覺價值之分析上，從表 15 中亦可得知，大專學歷（含）以下的受調者對情感價值的認同度是高於碩博士學歷以上的受調者。此一結果意味著：大專學歷（含）以下的受調者，在社會經濟地位和文化價值觀等方面可能更為接近，或在工作與生活層面，接觸層面會比較容易有機會接觸農業相關範圍，對於農民、農業以及農產品的感受可能更深，因而會選擇支持本地農產品和支持農民的行動，也更願意獲得相關的知識，他們對農業的議題看法也可能比較接近，會認為更了解國產農產品的好處，以及直接購買農產品對農民的幫助等。相較之下，碩博士學歷的受調者，因在職場上可能更多關注其他議題，比如科技、經濟、律法、環境保護等，也更重視科學分析，可能較少關注農業和食品議題，對於農業的關注度可能相對較低。

續表 15，在社會價值層面，具有大專學歷者高於高中職以下的受調者，這可能是因教育程度的訓練不同，導致對於產品的價值觀和認知有所不一。大學學歷的受調者會更渴望注重外在的形象和社交價值，認為品牌知名度、昂貴的伴手禮和包裝設計可以提升自己的社交地位和形象。而高中職以下學歷的受調者，則可能較為關注生計、家庭支出等實際問題，會認為需要更注重產品本身的性能與價格比，對於外在的形象和社交價值會持比較保留的態度，因此不會輕易受到品牌知名度和外在包裝所影響。

最後在功能價值方面，具有大專學歷的受調者會高於碩博士以上，這可能與大專學歷的受調者對日常生活方面的關注度較高，而碩博士以上學歷的受調者則更加專注於自己研究與專業領域中的問題有關。因此，大學學歷的受調者可能有機會更加關注農產品的品質和新鮮度等功能價值。

在現居地的 *ANOVA* 結果顯示，南部受調者在「情感價值」的平均數略高於其他地區之受調者，但 *Scheffé* 檢定並沒有確認此一結果（表 16）。



表 16、現居地之 ANOVA 檢定 ($n = 727$)

變項 / 因素	北部		中部		南部		東部與離島		F 值	Levene df 值	Scheffé 檢定
	(a)		(b)		(c)		(d)				
	(n = 196)		(n = 153)		(n = 294)		(n = 84)				
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD			

職人精神											
追求完美	5.39	0.54	5.33	0.65	5.37	0.57	5.36	0.48	0.32	2.61	3
精益求精	5.52	0.47	5.47	0.53	5.53	0.49	5.40	0.42	1.75	2.56	3
知覺價值											
條件價值	5.23	0.50	5.15	0.60	5.25	0.50	5.14	0.46	1.89	1.76	3
情感價值	5.24	0.53	5.19	0.59	5.33	0.48	5.25	0.45	2.94*	1.82	3
社會價值	4.45	0.74	4.41	0.82	4.35	0.77	4.35	0.71	0.76	1.44	3
功能價值	5.33	0.49	5.35	0.44	5.32	0.48	5.33	0.42	0.19	1.83	3

註：* $p < .05$

根據表 16 之 ANOVA 分析顯示，情感價值會因現居地之不同而產生顯著的差異，但在後續的 Scheffé 檢定上並沒有驗證此一結果。就平均數來推論，居住在臺灣南部（如雲林、嘉義、台南、高雄、屏東縣）地區的受調者，更貼近農業生產的環境，因此對於農業相關議題會有較深入的認知與感觸，加上這些地區也相對較少受到城市化發展的影響，農業相對在民眾的日常生活中會顯得更為重要，也會更貼近，進而會更傾向支持國產農產品、直接向農民購買農產品。此外，也可能因為常與農民朋友接觸，對於農產品得來不易的體會更深，因而對糧食浪費有罪惡感，這可能與南部地區的農業發展、農村經濟、地區文化等有關，也可能和接近產地因此價格更為合理有關。

再來，南部地區的農業發展比較偏重於雜糧、果樹、花卉、蔬菜等高附加價值及經濟作物，而這些作物的生產往往需要較高的技術和管理水準，也需要較多的勞動力投入。因此，南部地區的民眾對於產品品質和產銷接軌等議題更為熟悉，也更願意接受農業相關的觀念和價值。另加上南部地區的農村經濟發展較為困難，農民經濟收入普遍較低，因此他們也更需要消費者的支持和認同，在此地區的文化背景和社會環境可能也對消費者的價值觀產生影響。

婚姻狀況的 *ANOVA* 與 Scheffé 事後檢定結果皆顯示，已婚且有小孩的受調者對「情感價值」的認同度會顯著地高於未婚的受調者（表 17）。

表 17、婚姻狀況之 *ANOVA* 檢定 ($n = 727$)

變項 / 因素	未婚 (a)		已婚 (b)		已婚且有小孩		F 值	Levene 值	Scheffé df	檢定
	(n = 230)		(n = 144)		(c) (n = 353)					
	M	SD	M	SD	M	SD				
職人精神										
追求完美	5.31	0.62	5.38	0.53	5.39	0.55	1.43	3.00	2	
精益求精	5.46	0.52	5.47	0.49	5.54	0.46	2.12	3.39	2	
知覺價值										
條件價值	5.22	0.54	5.19	0.51	5.22	0.51	0.14	1.03	2	
情感價值	5.19	0.58	5.26	0.52	5.32	0.47	4.26*	5.33	2	c > a
社會價值	4.38	0.79	4.45	0.81	4.38	0.74	0.51	2.18	2	
功能價值	5.31	0.47	5.36	0.45	5.33	0.45	0.59	0.06	2	

註：* $p < .05$



從表 17 的分析結果可知，已婚且有小孩的受調者對情感價值的認同度顯著地高於未婚的受調者。此一結果可能說明，已婚且有小孩的受調者承擔更大的家庭責任，會更注重與支持國產，以及直接向農民購買農產品的行動，讓農民直接獲益等價值觀，在心理層面也會帶來相對應的同理心。也因此，對於糧食的浪費，可能會更有罪惡感，因為面對照顧家庭的責任與教育上，對於糧食的浪費，也是一種浪費他們的家庭資源。此外，已婚且有小孩的人通常需要照顧家庭，例如準備食物和購買生活必需品等，也會更關注食品品質和來源。同時，為了照顧家人，也可能會更願意支持本土農業產品，以確保產品品質和安全性是可能自己可以掌控的，這些都反應出已婚且有小孩之受調者的家庭需求。

第七節 延伸性迴歸分析



根據前述（表 11）的研究發現，就受調者的知覺價值會因就讀農業相關科系與否而產生顯著的差異。研究者即針對就讀農業科系者對於知覺價值進行延伸性迴歸分析，整體模型達到顯著水準（ $p < .001$ ）（表 18 到表 21）。分析結果顯示，「追求完美」的職人精神是影響「條件價值」（ $\beta = .44$ ， $p < .001$ ）與「功能價值」（ $\beta = .39$ ， $p < .01$ ）的唯一因素。此外，「精益求精」職人精神對「情感價值」的影響（ $\beta = .30$ ， $p < .05$ ）略高於「追求完美」職人精神的影響力（ $\beta = .24$ ， $p < .05$ ）。另，「追求完美」職人精神對「社會價值」的影響（ $\beta = .30$ ， $p < .05$ ）略高於「精益求精」職人精神的影響力（ $\beta = .27$ ， $p < .05$ ）。

表 18、就讀農業相關科系受調者之條件價值迴歸分析（ $n = 120$ ）

變項	條件價值				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
（常數）	1.75		3.64	.000***	
追求完美	.43	.44	3.91	.000***	2.27
精益求精	.21	.18	1.60	.112	2.27
模型摘要	R^2		.34		
	F		30.93		
	p		.000***		

註：*** $p < .001$

根據表 18 的迴歸分析顯示，對於就讀農業相關科系的受調者而言，僅有「追求完美」能提升「條件價值」的職人精神，而「條件價值」係指適度休耕與關心生產環境的永續發展、技術專精且堅持品質的農民。研究者認為：就讀農業相關科系的受調者，因有農業領域的訓練，而瞭解農產品品質和產品安全性是非常重要的生產環節；而追求完美包含品質百分百的完美，也是達成高品質農產品的關鍵。當追求品質地致力百分百完美被強調時，會專注在產品品質上，也會更重視維護土壤環境的重要性，因此在學習的過程中，對於促進環境的永續發展，反而會有高度的認同感。此外，在農學院的系統專業教育，培養出技術專精的知能下，對於“技術專精且能堅持品質的農民”這項條件價值的內涵，就更能充分地讓其產生更高的認同感；同時，當全心奉獻於農業工作時，也能夠鼓勵在臺灣這塊土地上的其他農民，更加認真投入農業生產，從而提升整體農業生產的品質和效益。

表 19、就讀農業相關科系受調者之情感價值迴歸分析（ $n = 120$ ）

變項	情感價值				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
（常數）	2.05		4.06	.000***	
追求完美	.23	.24	2.01	.047*	2.27
精益求精	.35	.30	2.52	.013*	2.27
模型摘要	R^2		.25		
	F		20.42		
	p		.000***		

註：* $p < .05$, *** $p < .001$



根據表 19 的迴歸分析顯示，對於就讀農業相關科系的受調者而言，不同於條件價值，反而「精益求精」是最能影響「情感價值」的職人精神。在本研究中，「情感價值」係指支持國產、直接向農民購買農產品、不糟蹋糧食等消費者的感知。研究者認為：就讀農業相關科系的人，會學習到農業生產的精髓與技術，充分了解到農產品是由土地、氣候、人力等多種因素所共同形成的，也清楚目前國內農產品的生產過程需要耗費大量的人力及物力。在現今缺乏人力的現況下，在種植的管理層面上，同時還受到環境因素的影響，也會使得他們更加重視農產品的生產過程，如品質管理、食品安全等細節。在學習回推農業的成本計算中，也會更嚴肅地面對降低糧食浪費的問題，並會去了解在生產過程中，有多少資源會被浪費。例如，在農田管理、收穫、儲存和運輸等過程中，如能採取有效的措施，便可確保食物資源的最大利用和保鮮期間的延長。

在此一過程，就讀農業相關科系的受調者會懂得更加珍惜食物資源，進而採取改善的行動。在學習農業相關的知識和技術中，從如何種植、管理和加工農產品，能更清楚了解國產農產品的價值和優點，並且也會反思進口農產品，抽檢的品質和安全是否會存在著一定的擔憂，因而對國內農產品的品質和安全會更加重視。這也能讓自己更好地理解進口農產品和國產農產品之間的差異，從而更加重視支持國產農產品。此外，專業知識還讓他們能夠協助農民提高產品品質，從中知道農民在生產過程中，所面臨的困難和挑戰以及辛勞和付出，也同時熟知農產品品質會受到哪些因素的影響，也因有所體驗，會更加珍惜農民的辛勞而有所感觸。他們更會認為農民應該得到應有的報酬，也會更願意直接向農民購買農產品，並意識到直接向農民購買產品可以支持當地農業和農民，避免經由中間商而無法獲得公平的報酬的情況發生。這樣也有助於對當地農業的發展和經濟的穩定，亦有助於國家的糧食自給率的穩定度。

表 20、就讀農業相關科系受調者之社會價值迴歸分析 ($n = 120$)

變項	社會價值				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
(常數)	.61		1.00	.322	
追求完美	.35	.30	2.54	.012*	2.27
精益求精	.39	.27	2.28	.024*	2.27
模型摘要	R^2		.27		
	F		23.03		
	p		.000***		

註: * $p < .05$

根據表 20 的迴歸分析顯示，對於就讀農業相關科系的受調者而言，「追求完美」是最能影響「社會價值」的職人精神，而在本研究中，「社會價值」係指因品牌知名度而去購買、為了面子而去購買、為了包裝設計精美而去購買等消費反應。研究者認為，追求完美的職人精神包含堅持品質百分百的完美，並且強調農產品的品質與產品安全性，而消費者多半則會更傾向購買品質優良且知名的農產品。若將此研究結果用來增強自己品牌的競爭力，讓農產品具有優良品質和精美包裝，進而形成獨特的品牌形象，這將有助於農產品在市場上更具競爭力。消費者也可能會認為，追求完美可以鼓勵農業生產者，不斷確認自己的管理狀態，這會有利於提高農產品的品質和品牌形象，並增加消費者對農產品的信任和購買意願，從而提升整體農業生產的品質和效益。

在「精益求精」職人精神方面，在面對現今以商業價值為主的社會下，在競爭激烈的市場中，除了強調自己追求完美的農產品品質外，還需要身兼多職、學會多元的技能，不斷充實自己，與時俱進。這其實也顯示出，目前農業相關科系

多有行銷與設計包裝，甚至有協助建立品牌概念的課程，從而藉由品牌化自家產品，以提升競爭優勢。若因此擁有一定的知名度或回購率，企業便能正常存續，這也顯示了社會價值的重要性。農業科技的日新月異，掌握先進的技術和管理方法，可以提高農作物的品質。精益求精的職人精神雖然也是非常重要，但是它主要著重在技術專精和持續精進上。受過農業教育和訓練的受調者會認為，消費者的決策會受到廣告宣傳、行銷手段等因素的影響，不太容易直接反應在產品品質的要求上。

表 21、就讀農業相關科系受調者之功能價值迴歸分析（ $n = 120$ ）

變項	功能價值				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
（常數）	3.29		7.34	.000***	
追求完美	.32	.39	3.12	.002**	2.27
精益求精	.051	.05	.41	.681	2.27
模型摘要	R^2		.17		
	F		13.41		
	p		.000***		

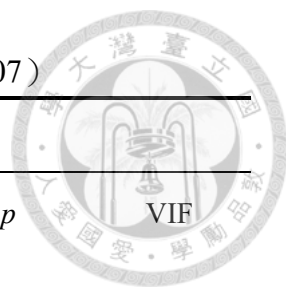
註: ** $p < .01$, *** $p < .001$

根據表 21 的迴歸分析顯示，與條件價值相似，對於就讀農業相關科系的受調者而言，「追求完美」是最能影響「功能價值」的職人精神，而「功能價值」係指關心農產品新鮮度、重視農產品品質、在意農產品賣相。研究者認為：從「功能價值」的角度來看，消費者主要關注的是產品本身的實際效用，而非生產者技術層面上的工藝精神。因此，若是生產者能夠在生產過程中更加嚴謹的追求



完美，確保產品的品質和新鮮度，以提高產品的品質和賣相，進而滿足消費者的需求，也能間接提高產品的功能價值。而在農學院當中，農藝、園藝及農化等學問，大多都以追求完美，堅持品質確認完美為目標，並以此為教育方針，這確實反映出了現今農業科系的學生對追求完美的重要性。然而，精益求精的不顯著，也是本研究試圖解析的目的之一，雖說農學院系所，每年都會變更系所課程，這也顯示這些系所有「與時俱進」的壓力。不過，這也有可能反映出部分課程的師資難尋，另因大學所教授的會與學理居多，導致在實務應用上有所欠缺。

就非就讀農業科系者而言，整體迴歸模型也達到顯著水準 ($p < .001$) (表 22 到表 25)。分析結果顯示，「追求完美」職人精神對「條件價值」($\beta = .34, p < .001$)、「情感價值」($\beta = .38, p < .001$)、「功能價值」($\beta = .34, p < .001$) 的影響都高於「精益求精」職人精神的影響力 ($\beta = .19, p < .001$; $\beta = .12, p < .05$; $\beta = .16, p < .05$)。另，唯一會影響「社會價值」的是「追求完美」職人精神 ($\beta = .24, p < .001$)。

表 22、非就讀農業相關科系受調者之條件價值迴歸分析 ($n = 607$)


變項	條件價值				VIF
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
(常數)	2.49		11.93	.000***	
追求完美	.30	.34	6.77	.000***	1.97
精益求精	.20	.19	3.88	.000***	1.97
模型摘要	R^2		.24		
	F		96.08		
	p		.000***		

註: *** $p < .001$

根據表 22 的迴歸分析顯示，對非就讀農業相關科系的受調者而言，「追求完美」是最能影響「條件價值」的職人精神。研究者認為：有農業相關科系背景的受調者，在面對農產品時，可能會注重專業知識和技術的精進，但是非就讀農業相關科系的民眾，大多會從消費市場的角度來看。因此，追求完美的職人精神可為農產品的條件價值帶來重要的影響，如農民堅守崗位、細心種植，並且致力於生產出最優質的產品，這樣的努力付出，可能會被消費者視為技術專精且能堅持品質、信守承諾、值得信賴的農民，可以讓消費者感到可靠性，從而對產品的安全性和品質感到信任和滿意。然而，民眾對於農業上精益求精的職人精神部分理解不深，因為原本就非就讀農業相關科系的背景出身，對於最新的農業政策與農業技術不夠了解。不過，諷刺的是我國食安問題爭議不斷，這也反映出政府在農業資訊傳播的缺乏與有待改善之處。

表 23、非就讀農業相關科系受調者之情感價值迴歸分析 ($n = 607$)

變項	情感價值				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
(常數)	2.78		13.26	.000***	
追求完美	.34	.38	7.61	.000***	1.97
精益求精	.12	.12	2.31	.021*	1.97
模型摘要	R^2		.22		
	F		86.58		
	p		.000***		

註: * $p < .05$, *** $p < .001$

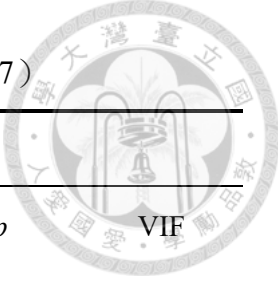
根據表 23 的迴歸分析顯示，與條件價值相同，對於非就讀農業相關科系的受調者而言，「追求完美」是最能影響「情感價值」的職人精神。研究者認為：探討「情感價值」時，消費市場的觀點更形重要，情感價值會是一個值得參考的重要因素。由於消費者的行為與心理是隨著市場環境變化所形成的，而消費者的情感價值也是由文化、信仰、傳統、學識、媒體傳播等多種因素所構成，不會單純地受到農業相關訓練或學術背景所影響。近年，由於臺灣民眾的愛國意識高漲，對於支持國貨的行動力也越來越強，且對食農教育的關注度亦不斷提高且廣泛地在日常生活中推廣，加上食農教育法的通過，學生及民眾能有更多走進產地的機會，因此民眾也會比過往對農業有更多的認識和理解，在於情感價值的方面也皆有所認同。

表 24、非就讀農業相關科系受調者之社會價值迴歸分析 ($n = 607$)

變項	社會價值				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
(常數)	2.24		6.37	.000***	
追求完美	.33	.24	4.41	.000***	1.97
精益求精	.06	.04	.66	.513	1.97
模型摘要	R^2		.07		
	F		23.57		
	p		.000***		

註: *** $p < .001$

根據表 24 的迴歸分析顯示，與條件、情感價值相同，對於非就讀農業相關科系的受調者而言，只有「追求完美」能正向影響「社會價值」的職人精神。研究者認為：追求完美的態度應該是要體現在農產品的品質和信譽上。正因為消費者會更傾向購買品質優良、信譽良好的農產品，農民若能夠以追求完美的態度來生產農產品，就能夠增加農產品的競爭力和社會價值。另外，也可導入大學社會責任（University Social Responsibility）及企業社會責任（Corporate Social Responsibility），以臺灣的在地需求為本，透過人文關懷來幫忙因應農鄉問題，以克盡公民責任，亦會有助於提升民眾對於社會價值的認同感。

表 25、非就讀農業相關科系受調者之功能價值迴歸分析 ($n = 607$)


變項	功能價值				
	未標準化迴歸	標準化迴歸	t	p	VIF
	係數 Beta 值	係數 Beta 值			
(常數)	3.07		16.46	.000***	
追求完美	.27	.34	6.78	.000***	1.97
精益求精	.15	.16	3.17	.002**	1.97
模型摘要	R^2		.22		
	F		84.72		
	p		.000***		

註: ** $p < .01$, *** $p < .001$

根據表 25 的迴歸分析顯示，與條件、情感、社會價值相同，對於非就讀農業相關科系的受調者而言，「追求完美」是最能影響「功能價值」的職人精神。研究者認為：從消費市場的觀點來看，消費者購買農產品的決策會受到產品的功能性因素所影響，如農產品新鮮度、農產品品質、農產品賣相等。因此，也會認同追求完美的職人精神，是可以顯現在種植出高品質、高價值、以及差異化的農產品上，來提高產品的功能價值，進而吸引消費者購買。消費者認同功能價值，則相對也會認同農民的努力與付出。不過，一般農民要在現今通路的擠壓下存活純屬不易，不僅需要良好的產品品質，還需要在設計上用心，並擬定有效的行銷策略，才能在市場上擁有一定的佔有率。本研究結果亦可被解釋為，對於非就讀農業相關科系的受調者而言，他們認為「追求完美」與「精益求精」這兩項職人精神，皆可以對功能價值產生正向的影響。

第五章 質性研究結果與討論



為深入探討問卷調查分析結果所發現的問題，研究者邀請產官學界的專家來進行個別晤談，以深化研究成果。本章即針對以下四組問題，逐一說明質性研究的成果：

- (一) 本研究結果顯示，「追求完美」是創造顧客價值的主因，而身為教育引導者，如果面對臺灣農業領域的正規教育與在職教育裡，就依您的教學經驗中，有哪些職人精神內涵的訓練是缺乏且急需要導入的？又該如何因應新世代學生的習性，可能對於觀念或是教學上內容上，較有自己的想法而不願意接受，應該如何去輔導？
- (二) 本研究結果顯示，「精益求精」的職人精神對就讀農業相關科系受調者之「社會價值」有正向影響，但對非就讀農業相關科系受調者之「社會價值」卻沒有影響，就您教學經驗中，此結果對農業教學與行銷管理上能有何啟發？此外，「精益求精」對非農科系受調者之「條件價值」與「功能價值」也有正向影響，請問此結果又對農業教學和行銷管理上有何啟發？
- (三) 本研究結果顯示，在「情感價值」的認同度上，大學學歷以下的認同度高於碩博士的受調者；而在「條件價值」及「功能價值」的認同度上，大學學歷的認同度高於碩博士的受調者，您認為主因為何？
- (四) 您認為，臺灣的在地農民應具備有的職人精神有哪些特點？在本研究的調查題項中，有哪些不足之處，在未來研究中可以補足？

第一節 導入追求完美的職人精神於教育體系

本研究的量化分析結果顯示，「追求完美」的職人精神對於創造出顧客價值有著正向的影響，面對臺灣現階段的教育體系，應該要如何導入課程當中，又該如何去輔導並引領學生「追求完美」？針對此問題，五位教授分別表示：

「在教育體制上，正規教育與在職教育在教學的目標上本就分歧。在職教育是需要追求穩定且有可複製性的，並在既定的規則中去追求完美，應是在圈內的一種價值認定，且這個職人精神須要設定條件的上限；而對一般生來講，應當是以自由思考與多元創新為主的方向去引導，需要有別於傳統、有別於他人，因此在這兩類教育上是需要分層的。」（B）

教授 B 認為，臺灣目前的教育體系分為一般生與在職生兩類，在教學上也設定不同的標準。在職生體系的主要目標，是要在自己行業裡的規範中，擬定一個可穩定與具有複製性的目標來追求完美。此種職人精神必須要因地制宜、對症下藥地去設定每一家企業之追求完美的精神標準。而正規教育的一般生培育方式，主軸則需以自由思考為主，以朝向多元化的創新發展去進行引導，因為一般生尚未與職場接軌，因此為首的要件需要有別於傳統、有別於其他人所制訂的目標來達成。

「高等教育的本質並非重視實作或是以就業為導向，因此在其中比較難探討職人精神。以技職體系而言，我認為必須要回到以前的方式，在培訓的過程中，要有可以實作的場域與實作教具的教法，更需要有長期的師徒制度，去建構一個類職場，讓師傅能帶領徒弟去追求這些完美的細節，這與目前在農場的實際運作上是不相同的，本校還是有點研究導向。」（C）

教授 C 認為，職人精神比較適合回歸到技職體系或專業教育去施展。以在農場實際操作的教育為例，在訓練過程中，不僅要有農場可以實地去讓學生深入經營，而且必須要有各種教學所需要用到的農機具來進行操作，更重要的是需要有一套完整的師徒制，來帶領學生去建構這些追求完美的職人精神內涵。

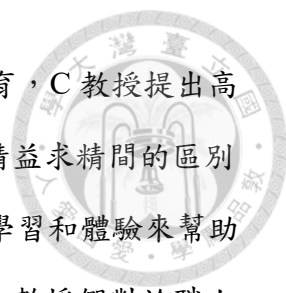


「我認為，能考上這所學校的一般生都是具有職人精神的。相較於追求完美的職人精神，我覺得，大部分的表現多是體現在精益求精上。就以目前教育的現況來看，技職體系與一般綜合型大學還是有所不同。在教學的規劃上，個人還是認為應該要以目標導向為主，讓學生去追求填補被辨認出來的 Gap，要能夠讓他們達到一個目標值。一般綜合型大學都是以研究型為主的。因此，在年輕世代上，對於追求完美的教育，需要從素質上去培養，如列舉一項自動自發的範例，用以做為追求完美的職人精神目標，這必須是一種經歷，也是一個理想，而在職生的話，則需要更為務實地去解決。」（D）

BCD 三位教授一致認為，在面對一般教育與在職教育的教學方式上，應該要有所不同。且 D 教授表示，在學習上經過考試的門檻所錄取上頂尖大學的學生，其人格特質上，本身就已經展現出追求完美的職人精神特點，但是在精益求精的職人精神部分，應當是更多學生在學的階段所努力追求的。針對在教學內容的調整上，應該要輔導學生並與其討論後，去設定一項職人精神追求的目標，讓學生可以去學習達到具有職人精神的目標，這點與 B 教授同樣認為，應當要確立一個目標，引導學生去「追求完美」。

「我認為，職人精神需要去啟發，也是必要培養的一種素質，我們可以在農業的不同面向上，如試著從經營的角度、或從環境的角度上，亦或從傳承的制度面，可以朝著比較多元的方向去培育學生，但必須要思考的點就是：對教育而言是很難量測的，以及該如何均衡發展。」（E）

E 教授認為，職人精神的養成是需要透過啟發的方式來進行，也認同這是一樣必須要培養的素質，並且以農業主軸為出發點，從多元化的方向，如經營的角度，思考從環境的面向，或是代代傳承的制度面去培育學生，但應該要如何去量測學習成效，且該如何均衡發展，是另外需要思考的。



綜上，從 B 教授提出可將農業教育分為正規教育和在職教育，C 教授提出高等教育須更注重創新能力和思辨能力，D 教授提及追求完美與精益求精間的區別及對比大學與技職體系的差異，以及 E 教授認為可以透過多元學習和體驗來幫助農業系所學生獲得更全面的素養並發掘職人精神。研究者認為，教授們對於職人精神的理解和培養都有自己的看法和經驗，這些都是值得關注和思考的問題，因為職人精神的培養需要從多個面向來考慮。同時，針對不同對象，在教育方針上亦需要思考如何更好地實踐，以培養出具有職人精神的學生。在教育的實踐中，應該同步考量多元性和穩定性，讓學生在自由思考和多元創新的基礎上，同時注重追求完美與精益求精的職人精神，並且套用在穩定的職業技能上。

對於高等教育來說，學生除了創新能力和思辨能力外，也應該注重職業素養和實際應用能力的培養，讓學生能夠更好地應對未來的職業需求和挑戰。對於技職體系而言，職人精神的培養更顯重要，需要齊頭並進地透過實踐和應用能力的培養，以及師徒制度的建立，讓學生在實際場景中學習和應用職業技能，逐漸培養職人精神。此外，也要注重師傅的培育和養成，讓師資可以具備良好的教學能力和職業素養，去指導學生追求完美的精神和技能；且在培訓的過程中，提供實際的工具和場地，讓學生可以將所學的技能運用到實際工作中，逐漸建立對職業的認同感和責任感，這些都是絕對必要的。

第二節 精益求精的職人精神對農業教學與行銷管理的啟發

本研究的量化分析結果顯示，精益求精的職人精神對就讀農業相關科系者，在社會價值上有所影響，而非就讀農業相關科系者在條件價值與功能價值有正向影響，此一結果如何反應在教學上？此一結果又對行銷管理有何啟發？針對以上問題，五位教授分別表示：

「我的解讀是，精益求精的職人精神是一種比較內隱的價值，是注重內在的提升，就讀農業相關科系的受調者，當然是非常了解自己都是在農業這個圈子內努力過，共有的情感就是：我們是同夥的、是同一國的，因為我們都是從農的，應當被重視。所以他們很清楚的知道自已的消費態度，因此就會比較直接地偏向社會價值所列出的幾個題項，在數據上是會高於非就讀農業的受調者。」（A）

A教授繼續表示，「非就讀農業者會認為，我們應當都是公平的，為何要特別給農民利益。在功能價值上，我認為非就讀農業的受調者，應當是比較在意CP值（capability/price ratio）。而在條件價值方面，因為近年來，在教育議題或是環保議題的推廣上，各機關不斷在提倡，也會讓大家有了一個新的觀念，因此而產生認同感。但非就讀農業者會認為，但是如果對於大環境有幫助的話，會影響到自己本身。」（A）

A教授認為，就讀農業相關科系的受調者，由於都在農業圈子內，有著共同努力過的情感，對於社會價值所列的題項會有共鳴感。自己內心的價值是極欲被看見的，因而在社會價值上是有正向的影響，也會高於非就讀相關農業科系的受調者。但是，對於非就讀農業相關科系的受調者來說，就認為各行各業應該都是平等的公平的，不需要特別給農民利益。

非就讀農業相關科系的受調者也會認為，自身並未有農業底子或是資源，因此對於產品考量的出發點，多為功能價值為導向，對於成本效益會更為重視。另在條件價值上，非就讀農業相關科系的受調者受到國家政策或機關團體所影響，支持環境保護、零碳排的倡議，因為那是對於大眾都有幫助的，自然也會影響到



自己，因而會有正向的影響。因此在行銷上，除了對農產品的品質要有一定的把關外，在農作上如能為環境永續多貢獻一份心力，並傳達給消費者知道，對於企業形象和產品銷售都會有所助益。

「我把非就讀農業者，視為一般消費大眾，在功能價值上，購買農產品就是會在意外觀漂不漂亮、好不好吃、便不便利，這些都是基本的需求，這部分是比較容易理解的。而在社會價值方面，我認為這是道德採購或是綠色採購的行為，同理可以把這個價值轉換成如：喜憨兒或是弱勢團體來推廣，這個部分如此實行的話，或許會有顯著。」(B)

B教授認為，非就讀農業相關科系的受調者，對於農業較欠缺認知，應可被視為一般消費者，因而在購買農產品的行為模式上，就會比較直覺地選擇符合自己基本的需求，例如：在意外觀、或是好不好吃，以及是否便宜且容易買的到。也針對社會價值的行銷上建議，導入道德採購或是以環保意識或綠色消費為宣傳等，例如與喜憨兒或是弱勢團體一起來推廣農產品，應對行銷會有所助益。

「在精益求精的社會價值層面，我認為這是比較傾向在意自己的名聲、聲量，但如果以公益的出發點下去思考，是否會有不同的結果？而農民方面是必須要有很多資源，才能有辦法連結到社會價值層面。但對於非就讀農業的受調者只要簡單、方便即可。」(D)

D教授認為，對於就讀農業相關科系受調者而言，如果是比較傾向在意自己名聲或是聲量的社會價值，運用在行銷管理上，套入以公平交易或是公益的行銷角度，應當是能夠帶來更佳的效果。但若是農民的話，手中必須要掌握許多資源，才比較有辦法連結到社會價值層面來做行銷，如果是非就讀農業相關科系受調者，則是認為在行銷方面只要是簡單、方便可採購即可。



綜上，研究者認為：在教學方面，可以強調職人精神的重要性，尤其是對於非農業相關科系的學生，也應該將休閒農業和永續發展等條件價值，以及產品品質和新鮮度等功能價值相關的農業常識，納入到通識教學的內容中，以提高學生對這些價值的認知和重視。對於行銷管理方面，可以強調產品的條件價值和功能價值，以吸引非學農公眾的關注與購買意願；也就是，要多應用這些結論來制定更有效的行銷策略。

而對於就讀農業相關科系者，可以讓產品更著重在社會價值層面，例如從對生態環境的貢獻和對自然環境的友好著手，或知道成立品牌經營的重要性等。例如與喜憨兒做聯名商品，當品牌與公益活動結合時，可以讓消費者於購買時感受到，不僅僅只有富豪能做慈善事業，自己在購買商品也能成為一種善舉，藉以彰顯自己是位有愛心、有善舉形象的人。讓這種有自我價值的實現具有身分感，也能讓自己在社交圈裡有面子，用以彰顯自己的不同，提昇品牌的溢價空間。此外，品牌是可以為特定消費階層服務的，依序從消費者的生理需求、食品的安全需求、尊重需求、社交需求，最後達到自我價值的實現需求，藉以滿足他們對社會責任的追求，將這些價值應用在行銷策略中。



第三節 知覺價值對於學歷別的影響

本研究的量化分析結果顯示，不同學歷別的受調者在「情感價值」、「條件價值」及「功能價值」的認同度上皆有不同的影響。五位教授分別表示：

「大學以下學歷比較偏向情感價值的話，我認為應當是在於購物行為模式這方面的差異所造成的，他們會比較偏好透過口碑、或是親朋好友的介紹，比較相信自己的經驗。」（A）

A教授表示，大學以下學歷的民眾，在購物的行為模式上會比較傾向於口碑好，或是透過親朋好友的介紹，而產生購物行為，就是比較傾向自己購買經驗的結論。

「大學以下的受調者，那麼這應該會分為兩種，要不是年紀過小尚未畢業，要不就是年紀比較大，因此在情感價值層面來看，以題項C或D來看，我認為這是情境上的不同，反應會很兩極。」（B）

B教授認為，大學學歷以下的受調者，在年紀上會有比較極端的兩類族群，就是尚在就學的學生，以及年紀較年長的受調者，因此在情感價值層面來看，題項為：「我喜歡到有人情味的傳統市場購買農產品」，對於年紀大的受調者會比較有感情而產生消費行為；題項為：「支持並購買在地的農產品，是一件很酷的環保行為」，對於年紀比較輕的受調者會比較認同的。

「我認為受過碩博士的教育訓練是較為理性的，對此會比較不感興趣。如果切分點是以大學含碩博士以上，是否會有不同的觀點呢？」（C）

C教授則認為，受過比較嚴謹思考的碩士與博士的受調者，比較有獨立思考且理性的，因此在情感價值、條件價值與功能價值上是比較難引起他們的共鳴，但是如果將受調者的學歷分析進行大學學歷以上的切分，或許會有不同的結果。

儘管本研究之情感價值專指支持國產、直接向農民購買農產品、不糟蹋糧食等，但A教授認為情感價值可能會因個人價值觀和文化背景而有所不同。大學以下學歷的消費者會更認同情感價值，可能會更受市場口碑或親朋



好友之影響而做出購物決策；但學歷高者，可能更會搜尋資訊、細看評論，精打細算後才決定是否購買。無論消費者的教育程度如何，研究者認為，都應透過市場教育和媒體宣傳等方式，從尊重消費者的價值觀和文化背景著手，提高他們對於產品或服務的情感價值，並提供對應的資訊和支持，鼓勵消費者更加支持國產、環保、社會責任等議題，讓消費者做出更符合公益價值和自我需求的消費決策。

B 教授則認為，情感價值會與年齡有關。研究者認為，這種差異可能不僅是因為個人年齡，也會與不同世代的生活經驗、價值觀和文化背景有關，且在不同地區、不同社會階層的消費者，對情感價值的認同和消費行為也可能存在差異，因此進一步的研究予以澄清。比如住在城市鬧區的消費者，能夠接觸到的市場多為大型連鎖超市，即便是年紀較長，也未必能體會充滿人情味之傳統市場是甚麼感受。又如，在農產品包裝集貨場工作的消費者，熟知農產品在一連串的產銷運輸過程中，所造成種種不環保的浪費行為，也必定會更認同要支持並購買在地的農產品。無論如何，理解不同族群對情感價值的認同和消費行為，對於推動永續消費和生產，以及促進農業經濟發展都是很有價值的。

針對 C 教授的觀點，研究者亦認為碩博士通常會受過更嚴謹的思考訓練，培養出更為理性和批判性的思考能力，對其消費行為也可能更加謹慎和理性。不過，在此研究當中，大學學歷以上的人群並非一個一致的群體，也會存在著不同的價值觀和生活經驗一種標籤組合。若要深入了解其消費行為，仍需考慮其他因素的綜整關聯，才能更全面地了解不同學歷民眾的消費行為及其背後的價值觀。



第四節 對於臺灣農業職人精神未來的研究方向

對於臺灣農民應具備有的職人精神，該有哪些特點？以及未來研究可有哪些方向？五位教授分別表示：

「未來在職人精神的表現上是否可以區分成人和產品兩類？在對應產品與營收的部分，如果當品質、營收、產品不對應的話，應該要如何去看這件事情？這是否還能成為人生的志業？這一點應該要如何去思考。」（A）

A教授認為，未來可以將臺灣農民職人精神區分為以職人個人為主體的研究，或是以職人所創造出來的產品為主體的研究。如果，當職人所努力追求的理想，與其所販售的產品在市場上沒有得到應有的相對報酬，是否會影響職人所立訂的志業？對於這個部分是值得可以去深入研究的。

「對品質的追求上可能會有不同的標準，如果放在這競爭的社會裡面來探討，或是將各種榮譽綁在一起的話，要如何去定位高度，還有多元性的看法，這可能都會有所被束縛。我認為，職人精神是對自己的一種要求，他們應當會認為哪會需要別人來給我打分數，因此對於職人的評斷應當是要有多元的看法來面對。放在未來的話，應該要有不同的職人精神角度，他們應當追求的是什麼？追求什麼樣的完美，而這部分是你認為的？還是別人認為的？」（B）

B教授認為，以一個產品的品質而論，每一個人對於品質的標準會有所不同，特別是在現今這個競爭強烈的社會環境當中，對於品質的要求應該到達什麼樣的程度？若還要考慮其他方面的看法之下，就會有所限制。因此建議，職人的評判標準應當要取得多元性角度的群體認同，並且為此訂下一個標準。

「職人應當是透過某一樣技術或是產品、工藝才會被認定的，最終我們看到的不會是人，而是產品。人、產品與工藝的部分，這應當是要搞清楚，之後才下去做考量。農產品的話是比較特殊，比較被難以看見，應當要回到生產面，生產的細節才能夠被看見。比較容易被認知的，就是在加工的過程，或是做成料理，這一部分的話，會比較被容易看見。」（C）



C 教授表示，「未來的研究部分，如果量化做不到，可以透過質性的方式來完成，就我們經常討論的神農獎是否等同職人？是否還有哪些人是可以堅持細節，且能夠以好上加好的方式來進行生產，這樣的問題應當是要被倡議出來的。當透過走入質性訪談，針對農業下去區分每一個類別，而比較不像是神農獎那樣下去的評價的，就可以從這些職人身上去做每一個細節的調查，人、工藝、技術與產品，清楚的下去界定目標。」

C 教授認為，職人之所以會被大眾廣為流傳，正是因為其透過自身技術、或是自己所創造的產品或是其工藝品，在該領域上相當卓越，才會被認識。而農產品會因為環境的問題，或外在的許多複雜因素，較其他業別更為特殊，會比較難以展現出其價值來。應該仔細的去檢視農產品的生產細節層面，或是進入二級加工的部份、或成為餐桌上的料理佳餚，能夠將其轉換成其他可見度高的東西後，比較能夠提升職人精神的鑑別度。也因為農業是一個範圍相當廣泛的行業類別，建議未來可以深入做質性的訪談，將農業的每一個大小類別、不同作物等做一個區分，再更進一步的探究，詳細地去調查其生產細節，從職人到生產技術以及產品等層面，去清楚的定義出一個目標範圍。

綜合上述所言，研究者認同 A 教授所言：職人所追求的理想，和其產品在市場上應得到的回報，這是需要深入研究的問題。職人把工作看作是一種熱情和理想的追求，希望透過自己的工作來創造出更多的價值和意義，但如果職人的產品得不到應有的回報，會使職人感到失落和沮喪，甚至影響他們的熱情和動力，導致職人放棄自己的理想和志業，選擇更有保障和穩定的工作。如此一來，會使得臺灣農民職人精神逐漸流失，如果要因應這個問題，可能需要政策支援、市場培育、產品創新等各方面的努力和協作，以確保職人所追求的理想和產品在市場上得到應有的回報，從而促進臺灣農民職人精神的持續發展。



針對 B 教授的觀點，研究者認為：每個人對產品品質的標準不同，每一個體的需求和期望也不同，對職人要求不斷提升自己的品質標準，適應市場的需求和趨勢，還有產品和服務品質要求等，都應該要適量且適度。如果要求太過嚴苛，將會增加生產成本，影響競爭力；如果要求太過寬鬆，將會影響產品的信譽和口碑，進而影響銷售和生產。因此，對於職人的評判標準可以是多元性的，這考慮的層面是需要以消費者的需求和期望，同時也要考慮到產品的生產成本和市場競爭力。在此基礎上，可以制定出一個適度的品質標準，確保產品的品質和競爭力，促進職人的發展和壯大。

研究者也認同 C 教授的觀點：職人通常是以某種技術或是工藝為基礎，透過自己的努力和創意，造就出一種獨特的產品。此一產品通常是能體現職人的專業和技術水準，也是職人形象的一種體現。但對農產品來說，這種獨特的確較難被直接看見，因為農產品的生產過程相對來說較為簡單，並且也不太容易透過外觀來區分不同的職人等級。因而對於農產品來進行檢視的話，應當要回到生產面，理解職人生產的細節和過程，才能夠真正了解職人的專業和技術水準，並且體現職人的價值和意義。此外，農產品加工後做成料理，這部分便會較易凸顯出獨特性。在評價職人精神的價值和意義時，應從多個角度出發，包括產品的原材料、製作過程，和最終成品的口感等多個方面，這樣才能夠全面而客觀地評價職人精神的體現。

最後，研究者認為：透過質性研究或許更能理解職人精神的具體實踐和產品生產和加工的細微差異和複雜性，而量化數據可能無法全面捕捉到職人和他們的產品的完整體驗。應用質性研究方法，如深入訪談、觀察和民族誌、地方誌等，可以提供對職人實踐更全面的理解，包括職人動機、價值觀和信仰，以及創造和消費他們產品的社會和文化背景。質性研究也可以幫助消費者識別和欣賞職人實踐和產品的多樣性，透過研究不同職人和產品的經驗，可以更深入地欣賞到職人

工藝的細節和獨特之處。結合多種研究方法，確實更能全面地提供對職人精神實踐和產品的深刻理解。





第六章 結論與建議



第一節 研究結論

本研究總結，量化分析結果顯示：

- 一、臺灣農業職人精神可分為「追求完美」及「精益求精」兩大類。其中，民眾對農業職人精神影響所產生的知覺價值可分為「條件價值」、「情感價值」、「社會價值」和「功能價值」等四個層面。
- 二、「追求完美」會比「精益求精」更能影響知覺價值；而「精益求精」的職人精神能正向地影響「條件價值」、「情感價值」和「功能價值」。
- 三、非就讀農業相關科系的受調者，對「追求完美」職人精神的認同度顯著地高於就讀農業相關科系的受調者；非就讀農業相關科系的受調者對「情感價值」與「功能價值」的認同度，也顯著地高於就讀農業相關科系的受調者；但就讀農業相關科系的受調者對「社會價值」的認同度則大於非就讀農業相關科系的受調者。
- 四、36 到 45 歲的區間年齡層的受調者，在「情感價值」上，會顯著地高於其他年齡層的受調者。
- 五、大專學歷（含）以下的受調者，對「情感價值」的認同度高於碩博士以上學歷的受調者；大專學歷者對「社會價值」的認同度高於高中職以下的受調者；大專學歷者對「功能價值」的認同度高於碩博士以上學歷者。
- 六、南部受調者對「情感價值」的認同度略高於其他地區之受調者。
- 七、已婚且有小孩的受調者對「情感價值」的認同度高於未婚者。
- 八、對就讀農業相關科系的受調者而言，「追求完美」的職人精神能提升所有的知覺價值，「精益求精」的職人精神只能微幅地提升情感價值和社會價值。



本研究質性研究結果顯示：

- 一、對於非農業相關科系的學生教學或是消費者行銷上，須強調農業產品的價值，以提高對農業價值的認知和重視，並強調產品的條件價值和功能價值，吸引非學農民眾的購買意願；針對就讀農業相關科系者，則須讓產品更著重在社會價值層面，強調品牌、知名度、價格與包裝設計等價值，藉以提高農產品的溢價空間。
- 二、情感價值在消費者購物決策中扮演著重要角色，市場教育和媒體宣傳方式可以提高消費者對於產品或服務的情感價值，鼓勵消費者更加支持國產、環保、不糟蹋糧食等社會責任。
- 三、農業職人所追求的理想需要政策支援、市場培育、產品創新等各方面的努力和協作，以確保職人所追求的理想和產品在市場上獲得應有的回報。過度嚴苛的品質標準反而會增加非必要的生產成本，影響競爭力，而過度寬鬆的品質標準則會影響產品信譽和口碑，進而影響銷售和生產。
- 四、評價農業職人的能力和價值，應該採用多元化的標準，考慮消費者需求和市場競爭力，同時也要考慮生產成本。另對農產品，應該回到生產面，了解職人生產的細節和過程，才能理解其專業和技術水準並體現其價值和意義。

第二節 實務建議



本研究綜合量化與質性分析結果，針對各農業學術機構及農政單位的農業教育體制，提出以下實務建議。首先，針對農委會轄下農民學院或縣市政府所舉辦之農業大學之學員（即臺灣從農者），在面對消費市場時的經營建議：

- 一、秉持追求完美的職人精神，對生產環境的每個細節都要親力親為地嚴謹確認，堅持極致品質致力百分百完美，進而提高農產品的價值和信譽，同時要注意農地的適度休養生息，以達到永續發展的目標。
- 二、需要以精益求精的職人精神持續精進技術，且不斷地充實自己，並與時俱進，以提供更優質的農產品，強化專業形象，進而增進消費者對農民的尊崇與感佩。
- 三、結合「追求完美」和「精益求精」的職人精神，將重點放在提高產品品質和技術創新上，改進生產流程並注重細節和品質的掌控，也要不斷學習新的技術和方法，以適應市場需求和發展新的產品和服務，從而贏得更多消費者的信任和尊重，增加產品的市場競爭力。
- 四、注重與消費者的互動，了解對產品的需求和期望，或可透過直接向消費者銷售農產品等方式，增加其對國產農產品的認識和信任，提升消費者對國產農產品的支持和情感認同，進而提高農民的收益和市場競爭力。
- 五、提供更優質的產品或服務，同時強調永續發展理念，以提高消費者對國產農產品的認同感和支持度。品牌在宣傳和包裝設計上，建議強調追求完美的職人精神，以提升品牌的知名度和信譽，吸引更多注重品質和卓越的消費者，讓消費者對品牌的信任 and 好感更加穩固。
- 六、持續精進自己的專業技能和知識，不斷探索、學習，在用藥上要正確使用化學農藥和肥料，確保農產品的食用安全性，滿足消費者對食用安全性等需求，提高消費者對農產品的信任和忠誠度。



- 七、農民和相關從業人員可以應用社群媒體或網路平台等工具，主動向消費者宣傳自己的產品品質與安全性，增加消費者對於農產品的信任度。
- 八、農企業在經營時，應以追求完美的職人精神來提高產品的品質和知覺價值，同時也須注意生產效率和減少浪費的問題，可以透過專業技能來提升、改善整個種植生產流程和農場環境細節，以及探索並學習如何提升種植技術來實現。企業亦可以透過生產流程的精準管理和員工技能的提升，來實現追求完美的職人精神，從而提高產品的競爭力和消費者的滿意度。
- 九、針對 36 歲到 45 歲年齡層的消費族群，在農產品品牌上，可以強化其精益求精的職人精神，並進一步強調其本土特色和生產過程的認證，以增加他們的消費認同感。另也可以透過直接與農民合作，提供更具信任感和穩定性的產品，以滿足這個年齡層消費者對於產品品質和生產過程的要求。
- 十、對已婚且有小孩的消費者族群，可提供更多關於農產品的資訊，例如本土產地、生產方式、品質和安全等，以滿足消費者對於食品的安全和品質的關注。同時，也可以提供更多關於減少糧食浪費的資訊，讓消費者了解糧食浪費的影響和重要性，以提高減少糧食浪費的意識和行動，來吸引更多已婚且有小孩的消費者支持本土農業產品，進而提高農民的收入和社會地位。
- 十一、以強調追求完美的職人精神，提供優良品質和精美包裝的農產品，並藉由建立品牌形象來提升知名度和回購率。不僅要精進技術專精，也要充實自己，掌握先進的技術和管理方法，同時需要注意廣告宣傳和行銷手段的影響，也要將品質和產品安全性作為重要考量。另也需要專注於生產高品質、高價值，以及差異化的農產品，同時注意產品的設計和行銷策略，以提高產品的功能價值和市場佔有率。
- 十二、應透過市場教育和媒體宣傳等方式，從尊重消費者的價值觀和文化背景著手，並提供對應的資訊和支持，鼓勵消費者更加支持國產、環保、社會責任等議題，讓消費者做出更符合公益價值和自我需求的消費決策。



針對臺灣高等教育之農業院系的建議如下：

- 一、培養具創新知能的職人，是高等教育農業院系的目標，提高農業職人在社會的地位與價值並給予尊重，也可增強學生們創業的信心、熱心與勇氣。
- 二、建議在課程設計上，應該注重培養學生的職人精神，特別是對於追求完美的態度和細緻觀察的能力。在培養職人精神的過程中，也應該結合專業知識、實際操作和創新能力，讓學生能夠更好地理解 and 應用職人精神。
- 三、將職人精神融入校園文化，提升學生在職人精神上的薰陶，亦可引進優秀的企業文化，促進與校園文化的融合，讓學生可在校園裡體驗職人精神的實踐。傳達職人精神中的誠信根本，可以讓學生面對自己的缺陷與不足之處，不做假冒或是抄襲等偽造的行為，也讓學生養成責任感，對於終身學習能有重大的影響。
- 四、應強化學生對產品品質、產品安全性和環境永續發展的認識和重視，以培養出追求完美的職人精神。加強技術專精的訓練，讓學生能夠具備農業生產所需的專業知識和技能，從而發展出堅持品質的習性。最後，需要加強對學生的實務訓練和實地實習，讓學生更加深入了解農業生產的實際情況和需求，並激發其對農業事業的熱情和責任感。
- 五、農業院系需要更新課程，增加行銷、設計、包裝、品牌等相關課程，從而藉由品牌化，讓學生了解提升競爭優勢，確保學生能夠在學習中獲得實際應用的知識和技能，也可增加不同課程的師資，並在農業科技的日新月異，掌握先進的技術和管理方法，可以提高農作物的品質。
- 六、學校應從企業導入社會責任的概念，從臺灣的在地需求出發，協助解決農村問題，提升民眾對於社會價值的認同感。
- 七、注重創新能力和思辨能力的培養，還應注重職業素養和實際應用能力的培養，以應對未來的職業需求和挑戰。

八、應與當地農戶合作，積極規劃並推動食農教育，透過農業體驗學習、實地參訪等方式，讓更多學生理解食農與推動之道。





針對農業技職學校的建議如下：

- 一、農業技職學校應加強與其他學科的跨領域合作，以提供多元課程與實務操作，也讓非農業科系的學生有機會接觸到農產業，提高對農業的認識與了解。
- 二、學校可以透過與產業連結，導入經驗豐富、品德優良的專業人士來指導學生，並在培訓的過程中讓學生了解產業對人才的需求，以及培養專業技能的方向；同時也可提高教師的專業實踐能力，並進化教學內容。
- 三、教師在教學過程中，應將職人精神傳達給學生，學生也可在學習和實踐中去體驗職人精神。教師在教學的過程中，應多加關注學生的學習態度，協助學生養成良好的態度；在實習中，應培養學生職人精神，並養成嚴謹的自律精神。
- 四、在技職體系中，職人精神的培養更為重要，需要透過實踐和應用能力的培養以及師徒制度的建立來培養學生。在培訓過程中，需要提供實際的工具和場地，讓學生可以將所學的技能應用到實際工作中，逐漸建立對職業的認同感和責任感。同時，也需要注重師傅的培育和養成，讓師資具備良好的教學能力和職業素養，去指導學生追求完美的精神和技能。
- 五、在教育的實踐中，應該同步考量多元性和穩定性，讓學生在自由思考和多元創新的基礎上，同時注重追求完美與精益求精的職人精神，並且套用在穩定的職業技能上。
- 六、職人精神的培養需要師徒制度的建立，讓學生在實際場景中學習和應用職業技能，逐漸培養職人精神，也要注重師傅的培育和養成，讓師資可以具備良好的教學能力和職業素養。
- 七、技職專業學校鼓勵實習，應與當地農民合作，提供實地實習的機會，讓學生實際體驗農業生產過程，增加他們對農業的瞭解和對職人精神的體悟。
- 八、教授學生理解消費者需求和價值觀，以及如何提高產品的附加價值，讓學生能夠開發出更符合市場需求的產品，並建立品牌價值。

九、教育學生建立社會責任，知曉農業生產對環境和社會的影響，以及農民的生活狀況和困境，讓學生具有社會責任感和對弱勢群體的關注。





針對一般消費者對農業認知的提升，也提供如下的建議：

- 一、加強對農業相關工作的實際體驗和專業知識，讓他們更能夠了解農業產業的特殊性和價值，從而對「追求完美」和「精益求精」的職人精神產生更多的認同感。
- 二、透過各種管道增加對農業的認知和實際經驗，讓他們更能夠了解農業的特殊性和價值，從而對在地農民和農產品產生更多的認同感，例如透過參加農村參訪、購買農產品等方式，進一步了解農業生產的過程和價值，也可以透過正確的宣傳和教育，了解農產品的價值和意義，從而減少受外在因素影響的情況。
- 三、透過多元的資訊來了解農業相關產品的品質、品牌知名度、產地、生產過程等資訊，例如透過閱讀相關的書籍、參加農業相關的活動、聆聽農民的故事等方式，來增進對農業產業的了解，也可以透過支持友善農業或地方農產品等方式，來鼓勵農民繼續經營並生產優質的農產品，進而提升對臺灣農業的關注。
- 四、加強農產品的宣傳和推廣，讓他們更加了解農產品的優點和價值，進而增加對農業產品的信任度和認同感，並透過多樣的宣傳方式，例如線上直播、社群媒體、農產品體驗行銷等，提升對農產品功能價值的了解和認知，用以增加其在消費者心中的價值。亦可鼓勵參與食農教育，透過農業體驗學習、實地參訪等方式，讓更多民眾了解農業知識，進一步提高其對農產品的認知度。



針對農政單位的建議如下：

- 一、透過農業教育、農政宣傳推廣等方式，讓農民更加理解職人精神的重要性，
以及如何在農業生產中實踐職人精神。
- 二、推動農業產品的品質認證和品牌創建，建立起具可信度的農產品品質認證制度，進一步推動農產品品牌制度，有助於提升農產品的附加價值，引導農民更加重視產品的品質和知覺價值的重要性。
- 三、另可透過多元化的政策措施，提升從農者對環境永續發展的認同與參與度。
例如，提供從稅收優惠，以鼓勵他們實施環境友善的耕作模式；同時也可以加強宣導，提高從農者對於生態保育和綠色農科的認知度，並讓他們了解這些措施能夠帶來長遠的效益和經濟價值。
- 四、可以透過各種形式的培訓和交流，提高從農者的技術和認知水準，鼓勵他們適度休耕、發展休閒農業等生產模式。
- 五、積極推動農業轉型升級，鼓勵年輕人從事農業，加快農業科技的應用和發展，以及提供多元化的就業機會，讓從農者能夠在經濟和環境永續發展之間取得平衡。
- 六、提供相關的培訓和諮詢服務，幫助從農者提升生產效率和市場營銷能力。
- 七、加強農民的專業知識培訓和技術支持，幫助從農者更有效地生產農產品，並且將環境保護和永續發展的價值納入農業政策中，提供相應的經濟和政策激勵，以促進從農者更加認同這些價值。另可透過建立產銷班與合作社和農產品公司等多元化的銷售管道，提高農產品的市場競爭力和價值，進一步促進農業的發展和現代化。
- 八、加強對消費者的食農教育，提高消費者對於農業的認識和理解，尤其是對於產地、農產品的生產過程、品質檢驗等方面的知識，以增加消費者對農業的情感價值和對本土農產品的支持度。

九、積極推廣本土農產品，透過品牌行銷、宣傳活動等方式，提高本土農產品的知名度和形象，讓消費者能夠更深刻地認識和信任本土農產品，進而提高其情感價值。

十、可以加強農業資訊的傳播與宣傳，讓民眾更加了解農業的技術與發展，並且提高民眾對於農產品食品安全的意識。



第三節 研究限制



儘管本論文為國內首篇專注於探究農業職人精神的創新研究，但不免仍有如下三項研究限制：

- 一、因本研究所收集之數據為全國民眾與從事農業人士的觀點，全臺目前在從事農業人口的年齡層偏高，而發放問卷時多為透過網路平台施測，因此在收集問卷上，對於不熟悉使用網路回卷的老農會有涵蓋不全的疑慮。
- 二、職人精神的展現通常是以某種技術或是工藝為基礎，透過自己的努力和創意，造就出一種將職人精神賦予獨特的成品，也因此成品通常是能體現職人的專業與其精神之所在。但農產品的獨特性較難被直接看見，且也不太容易透過外觀來區分不同的職人等級，因而對於農產品而言，要來進行檢視的話，是很難體現職人精神的價值和意義。
- 三、不同地區和文化背景，可能對農業職人精神有互異的看法和經驗，農業廣義可分類為：農、林、漁、牧業，且農業是一項需要長時間耕耘和投入的事業，農民需要熟知土地、氣候、作物、肥料和農藥等知識，並且需要掌握種植、收成、儲存和銷售等技能，亦必須時刻關注天氣變化和作物狀況，以及管理和維護農場設施和設備。因為農業是有生命的，生命需要時間孕育和養，也具有不定性，無法被同規化。此外，農民還需要具備領導能力、創新能力和決策能力，以應對各種挑戰和風險。因此針對不同類別以及作物，都可看成是一項獨立的行業類別，其具有不同專精的技術以及精神層面內涵，進而導致在研究的立場或是觀察上會有所限制。

第四節 未來研究



根據上述所提及的研究限制，提出以下建議未來研究的方向。

- 一、建議擴大取樣範圍，可透過各鄉鎮農會的協助，針對老農直接發放紙本問卷，使得調查研究更加完整且確實。
- 二、透過質性研究的深入訪談來更深度地理解職人精神的具體實踐和成品生產及加工的細微差異和複雜性，並針對職人實踐更深層的理解，包括職人動機、價值觀和信仰，以及創造和消費他們產品的社會和文化背景，也可以幫助消費者識別和欣賞職人實踐和成品特殊性，透過研究不同職人和產品的經驗，方能更深入地欣賞職人工藝的細節和獨特之處。
- 三、研究人員可以嘗試擴大研究的多樣性，包括不同地區和文化背景的農業職人，以及不同類型的農業行業，如農、林、漁、牧業等，甚至將農業細分成更為專門的類別與作物，以充分考慮農業職人的職業特點，包括長時間耕耘和投入、天氣變化和風險管理等，以更進一步瞭解農業職人的精神內涵。

中文參考書目

中華經濟研究院（2002）。WTO 杜哈回合農業暨漁業補貼談判之展望。新回合

談判：農業談判議題。檢自：<https://web.wtocenter.org.tw/Node.aspx?id=52>

方珍玲、黃馨慧、王俊豪、蔣憲國、蕭崑杉（2002）。台灣高等農業教育發展之研究。農業推廣學報，19，61-98。<https://doi.org/10.29788/RAES.200212.0003>

內政部（2022a）。年度縣市及全國統計資料。縣市人口按性別及五齡組(63)。檢自：<https://www.ris.gov.tw/app/portal/346>

內政部（2022b）。年度縣市及全國統計資料。十五歲以上人口按年齡及教育程度(96)。檢自：<https://www.ris.gov.tw/app/portal/346>

王文科、王智弘（2006）。教育研究法（第十版）。臺北：五南圖書出版。

王文科、王智弘（2010）。質的研究的信度和效度。彰化師大教育學報，17，29-50。

王伯徽（2005）。食藥用菇菌類保健食品產業發展彙編。新竹市，財團法人食品工業發展研究所。

王志文（1988）。臺灣農民價值取向對其從農態度之影響（未出版之碩士論文）。國立臺灣大學農業推廣學系，臺北市。

王俊豪、吳同權（2012）。顧農民腹肚：農村建設與農民福利體制的建構。耕耘臺灣農業大世紀：農業紀實（頁 378-399）。臺北市：行政院農業委員會。

江丙坤（1972）。臺灣田賦改革事業之研究（頁 46-63）。臺北市：臺灣銀行經濟研究室。

行政院農業委員會（1995）。歷年農業施政概況。農業政策白皮書。檢自：<https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=17624&print=Y>

行政院農業委員會（2001）。加入 WTO 農業總體因應對策。農政與農情，111，36-43。

何義麟（2011）。矢內原忠雄及其帝國主義下之臺灣。臺北市：五南圖書。

- 
- 何嘉浩（2014a）。農校系列（1）農校畢業生投入本業不到兩成 台灣版的《銀之匙》在哪？。檢自：<http://www.newsmarket.com.tw/blog/56408/>
- 何嘉浩（2014b）。農校系列（2）農校畢業生投入本業不到兩成 台灣版的《銀之匙》在哪？。檢自：<http://www.newsmarket.com.tw/blog/56415/>
- 何嘉浩（2014c）。農校系列（3）農校畢業生投入本業不到兩成 台灣版的《銀之匙》在哪？。檢自：<http://www.newsmarket.com.tw/blog/57621/>
- 吳同權、張宏浩（2011）。農地自由買賣政策對農地利用型態之影響評估及因應對策。行政院研究發展考核委員會委託研究報告（頁18）。臺北市：財團法人國家政策研究基金會。
- 吳密察（2017）。臺灣總督府「土地調查事業（1898-1905）」的展開及其意義。師大臺灣史學報，10，5-35。
- 吳榮杰（2004）。全球化下的臺灣農業發展與挑戰。興大歷史學報，15，163-170。
- 吳聰賢（1986）。傳統與現代化農民性格內涵之研究。中央研究院民族學研究所集刊，第59期，1-18。
- 宋健生（2022）。解決水電工十年大斷層匠人部落掀起做工文化新旋風。檢自：<https://udn.com/news/story/7241/6331753/>
- 宋曜廷（2011）。調查研究法在數位學習的應用。載於宋曜廷（主編），數位學習研究法（頁74-82）。臺北：高等教育。
- 李幸芳、黃炳文（2017）。茶消費者對茶葉產地證明標章認知、知覺價值及購買意願之研究：以中南部茶產區為例。臺灣農學會報，18（2），144-160。
[https://doi.org/10.6730/JAAT.201706_18\(2\).0004](https://doi.org/10.6730/JAAT.201706_18(2).0004)
- 李承嘉、方怡茹、廖本全、王玉真、藍逸之（2011）。臺灣農地功能之研究：一般民眾與農民態度及空間差異的比較。臺灣土地研究，14（1），29-67。

- 
- 李春長、吳韻玲、施晉豪、李芝涵、林文韜、俞錚（2019）。預測綠建築之購買意圖：心理因素在計畫行為理論之角色。建築與規劃學報，20（1），1-26。
- 沈杏怡、陳啟榮、莊玉雯（2012）。農業 100 年精華：臺灣農業百年紀實。農政與農情，237，6-9。
- 林玉偉、梁朝雲、葉哲愷（2020）。影響青年農民接受物聯網科技的關鍵因素及其效果。農民組織學刊，22，1-25。
- 林金定、嚴嘉楓、陳美花（2005）。質性研究方法：淺談模式與實施步驟分析。身心障礙研究季刊，3（2），122-136。
- 邱宗治（1999）。臺灣地區小農經濟之衝擊分析：兼論亞洲地區農業之經濟衝擊課題。臺灣土地金融季刊，36（1），157-179。
- 邱美秀（2012）。融合質性與量化研究法以深化兒童數學學習情緒的研究。慈濟大學教育研究學刊，8，119-143。
- 侯念祖（2004）。確當的勞動、教育與文化：工匠勞動的意義。人文與社會科學雜誌，42（1），65-119。<https://doi.org/10.6431/TWJHSS.200403.0065>
- 侯念祖（2006）。工匠生涯中的道德與技術：以鹿港傳統小木工匠為例。*Asian Journal of Management and Humanity Sciences*, 1(2), 336-357。
- 涂照彥（1992）。日本帝國主義下的臺灣（日本帝國主義下の台湾）。（李明峻譯）。臺北市：人間臺灣政治經濟叢刊。
- 姚人多（2008）。政權轉移之治理性：戰後國民黨政權對日治時代保甲制度的承襲與轉化。臺灣社會學，15，47-108。
- 施並錫（1997）。牛事一牛車（頁 81-82）。臺北市：草根。
- 洪婉萍、鄭旭涵、林昭遠（2012）。由森林保育爭議探討如何深化環境意識教育。水土保持學報，44（1），75-88。
- 范麗娟（1994）。深度訪談簡介。戶外遊憩研究，7（2），25-35。
[https://doi.org/dx.doi.org/10.6130/JORS.1994.7\(2\)3](https://doi.org/dx.doi.org/10.6130/JORS.1994.7(2)3)



孫宇婷、周勇、梁朝雲（2021）。鄉村精英在疫情期間的身分轉化：以禮物交換為促能媒介的視角。新聞學研究，148，107-151。

孫智麗（2018）。我國農業社會企業發展的影響與價值創造。農業生技產業季刊，53，21-29。

徐淑如、林家琪（2010）。線上品牌社群知覺關鍵多數、知覺價值與忠誠度之研究。資訊管理學報，17（2），175-200。

財團法人中技社（2018）。提升臺灣食品安全之因應對策：專題報告。臺北市：台團法人中技社。

商周百大顧問團（2022）。平均年齡比同業少 20 歲、不靠低價搶單、把水電工變潮... 他如何解決產業人才斷層危機，成缺工大贏家？。檢自：

https://www.businessweekly.com.tw/Event/site/consultants100/detail?fid=1941&id=hYLjyC6R&category=E&utm_source=re_fb&utm_medium=social&utm_campaign=100consultants&utm_content=1014&fbclid=IwAR0aqlD0aLV23cG-zVKe8P1kCNUzQxUVT8TH0L6e7v5Yxgs8ziwM76MPoCc

張仁家（2016a）。被遺忘的一角：農業教育（上）。檢自：

<https://www.tvet3.info/agricultural-education-forgotten1/>

張仁家（2016b）。被遺忘的一角：農業教育（下）。檢自：

<https://www.tvet3.info/agricultural-education-forgotten-2/>

張芬芬（2010）。質性資料分析的五步驟：在抽象階梯上爬升。初等教育學刊，35，87-120。

張維一（2003）。公有耕地放租：臺灣土地改革的第一大步。中華農業學報，土地問題研究季刊，2（3），2-12。

清水美里（2018）。殖民地統治下水利自治的可能性和限制：以嘉南大圳組合為例（1920-1943）。白沙歷史地理學報，7，63-83。



- 陳冠仰、陳柏元、戴有德、巫立宇（2016）。知覺品質、知覺價值與行為意圖關係之研究：交易成本觀點。臺大管理論叢，27（1），191-224。
<https://doi.org/10.6226/NTUMR.2016.MAR.C102-019>
- 陳勁甫、古素瑩（2006）。海外自助旅行者動機、知覺價值與市場區隔之研究。中華管理評論國際學報，9（4），1-22。
- 陳惠欣、孫珮瑛、周怡伶、徐宏元（2013）。我國農地運用與變遷之研究（頁13-24）。行政院主計總處研究報告國勢普查處。
- 傅寶玉（2009）。水利與國家：日治初期桃園廳公共埤圳的公法人化。國史館館刊，20，3-38。
- 彭作奎（2021）。誰偷走了農地？影響每一個人的臺灣農業與農地公平正義（頁113-120）。臺北市：時報文化。
- 黃仁姿、薛化元（2011）。戰後臺灣精英的連續與斷裂：以農會精英為例（1945-1953）。臺灣史研究，18（3），93-140。
- 黃仁姿、薛化元（2019）。戰時與戰後初期臺灣農業組織的調整與變革。國立政治大學歷史學報，51，121-172。
- 黃有才（2011）。一百年來臺灣農業的回顧與展望。科學發展，457，135-139。
- 黃俊傑（2006）。戰後臺灣的轉型及其展望（頁19-21）。臺北市：國立臺灣大學出版中心。
- 黃秋霞（2016）。淺談量化與質性研究的反思。臺灣教育評論月刊，5（9），149-154。
- 黃麗鈴（2019）。從社會科學研究典範質量之辯探析混合研究。臺灣教育評論月刊，8（6），163-177。
- 楊振宇（2015）。農校系列（4）台灣版《銀之匙》西螺農工畜保科實作能力強面臨不公平升學窄門。檢自：<http://www.newsmarket.com.tw/blog/63885/>

楊智凱、施瑩艷、楊舒涵（2016）。以智慧科技邁向臺灣農業 4.0 時代。農政與農情，289，6-11。

楊維寧（2006）。統計學（第二版）（頁 479-489）。臺北：新陸書局股份有限公司。

萬文隆（2004）。深度訪談在質性研究中的應用。生活科技教育，37（4），17-23。

農傳媒（2018a）。農業教育復興：天秤正由文憑向技能傾斜，產學無縫接軌為第一要務。檢自：<https://www.agriharvest.tw/archives/12325>

農傳媒（2018b）。農業教育復興：如何讓學生看見前景？擴充產學合作管道，相關經費及就業機會仍待穩定。檢自：

<https://www.agriharvest.tw/archives/12029>

廖正宏（1990）。農民性格與農業經營態度。農業推廣學報，8，1-27。

廖珮玟（2015）。從量化與質性研究信效度探討社會科學領域的研究品質。中華科技大學學報，62（4），69-88。

監察院（2012）。糾正案文。101 財正 0049。檢自：

<https://www.cy.gov.tw/CyBsBoxContent.aspx?n=133&s=3655>

蔡晏霖（2016）。農藝復興：臺灣農業新浪潮。文化研究，22，23-74。

鄧玟玲（2018）。教育政策讓人才流失 台灣農業陷困境。檢自：

<https://info.organic.org.tw/4525/>

蕭禾泰、梁朝雲、顏榮宏、孫宇婷（2021）。解析事實查核行為：以食安訊息為例。教育資料與圖書館學，58（1），87-122。

[https://doi.org/10.6120/JoEMLS.202103_58\(1\).0055.RS.BM](https://doi.org/10.6120/JoEMLS.202103_58(1).0055.RS.BM)

賴彥銘、林珮琄、孫雅彥（2015）。應用消費價值理論探討旅客選擇郵輪旅遊之因素。航運季刊，24（1），61-89。

簡嘉穎（2015）。農、企業聯手培養農業 MBA：日本農業經營大學校。檢自：

<https://www.newsmarket.com.tw/blog/67918/>

顏慧明、劉怡君、吳采蓁（2011）。購買動機與消費價值對化妝品採購決策影響之研究：以北臺灣女性為例。2011 第四屆管理與決策學術研討會特刊，173-183。

蘇雅琴、梁朝雲、王淑美（2020）。甘藷消費者之產品知識、知覺價值與消費者倫理對其購買意願的影響。傳播與發展學報，35，69-88。

[https://doi.org/10.6544/JCD.202012_\(35\).0004](https://doi.org/10.6544/JCD.202012_(35).0004)

外文參考書目

- 
- Ali, P. et al. (2020). Farmer's behavior in pesticide use: Insights study from smallholder and intensive agricultural farms in Bangladesh. *Science of the Total Environment*, 747, 141160. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.141160>
- Aoyama, R. (2015). Global journeymen: Re-inventing Japanese craftsman spirit in Hong Kong. *Asian Anthropology*, 14(3), 265-282. <https://doi.org/10.1080/1683478X.2015.1115578>
- Baethge, M., & Wieck, M. (2007). Berufliche bildung in der bildungsberichterstattung. In Krüger, H. H., T., Rauschenbach, & U. Sander. (Eds). *Bildungs-und Sozialberichterstattung. VS Verlag für Sozialwissenschaften* (pp. 163-185). https://doi.org/10.1007/978-3-531-90615-7_14
- Balswin, J. W. (1986). Stephen C. Ferruolo. *The origins of the university: The schools of Paris and their critics, 1100–1215*. Stanford: Stanford University Press 1985. *The American Historical Review*, 91(2), 375-376. <https://doi.org/doi.org/10.1086/ahr/91.2.375>
- Cao, Z., & Ding, L. (2021). An empirical study on the cultivation path of craftsman spirit for higher vocational college students. *Higher Education Research*, 6(2), 51-57. <https://doi.org/10.11648/j.her.20210602.14>
- Chang, T. (2012). A quantitative analysis of the farmland conversion problem in Taiwan. *Journal of Rural Economics*, 84(3), 1-13.
- Chen, C.-C., & Liang, C. (2020). Evoking agriculture entrepreneurship: How younger and older farmers differ. *Sustainability*, 12(7), 7005. <https://doi.org/10.3390/su12177005>

Chen, C.-C., Yueh, H.-P., & Liang, C. (2016). Employee perception and expectations of online marketing service quality: Results from farmers' associations in Taiwan.

International Food and Agribusiness Management Review, 19(1), 43-58.

Chen, Y. Y. et al. (2019). Reconstructing Taiwan's land cover changes between 1904 and 2015 from historical maps and satellite images. *Scientific Reports*, 9, 3643.

<https://doi.org/10.1038/s41598-019-40063-1>

Cheng, C.-Y., Lu, C.-F., & Chen, Y.-H. (2016). Does Taiwan's entry into the WTO truly reduce its agricultural output values? *Journal of International Trade & Economic Development*, 25(6), 834-856,

<https://doi.org/10.1080/09638199.2016.1138238>

Chuang, J.-H., Wang, J.-H., & Liang, C. (2020). Implementation of Internet of Things depends on intention: Young farmers' willingness to accept innovative technology.

International Food and Agribusiness Management Review, 23(2), 253-266.

<https://doi.org/10.22434/IFAMR2019.0121>

Council of Agriculture (2021). The special features of agriculture in Taiwan. Retrived from: <https://eng.coa.gov.tw/ws.php?id=2505424>

Doi, L. T. (1962). AMAE: A key concept for understanding Japanese personality structur. *Psychologia*, 5, 1-7.

Dommeier, C. J., & Moriarty, E. (2000). Comparing two forms of an e-mail survey: Embedded versus attached. *International Journal of Market Research*, 42(1), 39-50.

Farmer, B. H. (1966). Agricultural development on Taiwan since World War II. *The Economic Journal*, 76(301), 140-141. <https://doi.org/10.2307/2229066>

Ferruolo, S. C. (1985). *The origins of the university: The schools of Paris and their critics, 1100–1215*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Fitton, N. et al. (2019). The vulnerabilities of agricultural land and food production to future water scarcity. *Global Environmental Change*, 58, 101944.

<https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2019.101944>

Foege, A (2013). *The thinkers: The amateurs, DIYers, and inventors who make America great* (pp. 200-228). New York, NY: Basic Books.

Fukutomi, S. (2014). Bottom-up food: Making Rāmen a gourmet food in Tokyo. *Food and Foodways*, 22(1-2), 65-89. <https://doi.org/10.1080/07409710.2014.895563>

Ho, S. (1968). Agricultural transformation under colonialism: The case of Taiwan. *Journal of Economic History*, 28(3), 313-340.

<https://doi.org/10.1017/S0022050700073095>

Hu, W., Ding, Y., Luo, J., Wang, X., & Zhu, Z. (2018). A research on the relationship among idiosyncratic deal, organization-based self-esteem and knowledge sharing behavior. *Science Research Management*, 39(4), 134-143.

Huang, S. W. (1993). Structural change in Taiwan's agricultural economy. *Economic Development and Cultural Change*, 42(1), 43-65.

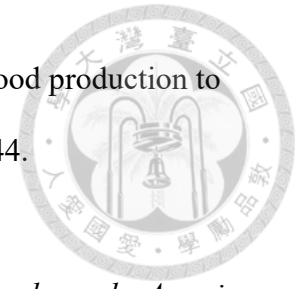
<http://www.jstor.org/stable/1154612>

Kuo, Y., & Huang, H.-M. (2021). Agricultural law in Taiwan: Overview. Retrived from: [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/6-606-](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/6-606-6505?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true)

[6505?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/6-606-6505?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true)

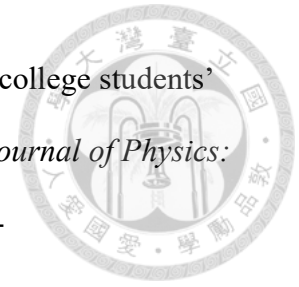
Lai, H.-L. (2021). Placing land and food struggles in agriculture-industry power asymmetry: insights from Wanbao Village, Taiwan. *The Journal of Peasant Studies*. <https://doi.org/10.1080/03066150.2021.1923009>

Lam, W.-F., Tang, C.-P., & Tang, S.-K. (2021). Bureaucratising co-production: Institutional adaptation of irrigation associations in Taiwan. *Water Alternatives*, 14(2), 435-452.



- 
- Lee, C.-H., Liu, C.-F., Lin, Y.-T., Yain, Y.-S., & Lin, C.-H. (2020). New agriculture business model in Taiwan. *International Food and Agribusiness Management Review*, 23(5), 773-782. <https://doi.org/10.22434/IFAMR2019.0164>
- Li, L., Sun, W., Zhou, B., Guo, F., Zhang, S., Guo, X., & Li, K. (2021). Exploration on the effective integration of craftsman spirit and curriculum ideology and politics education. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 561, 335-338.
- Li, W. (2019). Exploration and analysis of the way to cultivate the craftsman spirit of college students in the new era. *Proceedings of the 1st International symposium on innovation and education, law and social sciences (IELSS 2019)* (pp. 142-146). <https://doi.org/10.2991/ielss-19.2019.27>
- Li, X., & Li, C. (2017). Research on cultivation approach of ‘craftsman’s spirit’ of graduate students in engineering. In *Proceedings of the international conference on arts and design, education and social sciences* (pp. 484-490).
- Li, Y. (2020). Research on the cultivation path of craftsman spirit in higher vocational students. *2020 International conference on communications, information system and computer engineering* (pp. 217-220). <https://doi.org/10.1109/CISCE50729.2020.00049>
- Liang, C., Chang, C.-C., Liang, C.-T., & Liu, Y.-C. (2017). Imagining future success: Imaginative capacity on the perceived performance of potential agrisocio entrepreneurs. *Thinking Skills and Creativity*, 23, 161-174. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2016.12.007>.

Luo, Q.-L., Wang, C.-Y. & Zhao, Y. (2020). Cultivation strategy of college students' craftsman spirit from the perspective of artificial intelligence. *Journal of Physics: Conference Series*, 1575, 012173. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1575/1/012173>



Lv, Q., Cao, Y.-Y., Li, L. (2019). Research on the construction of craftsman spirit cultivation scheme for mechanical and electrical profession. In *Proceedings of 5th international conference on social science and higher education, advances in social science, education and humanities research* (pp. 884-887).

Lv, T., Zhang, J. & Chen, Y. (2019). Research on the craftsman spirit cultivation for IT professionals in higher vocational colleges. In *Proceedings of 2019 international conference on educational reform management science and sociology* (pp. 471-474).

McGhee, M. (1992). *Philosophy, religion and the spiritual life* (pp. 237-257). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Morgan, S. L., & Liu, S. (2007). Was Japanese colonialism good for the welfare of Taiwanese? Stature and the standard of living. *The China Quarterly*, 192, 990-1017.

Muijs, D. (2004). *Doing quantitative research in education: With SPSS*. New York, NY: Sage.

Myers, R. H., & Ching, A. (1964). Agricultural development in Taiwan under Japanese colonial rule. *Journal of Asian Studies*, 23(4), 555-570.
<https://doi.org/10.2307/2050238>

Nakayama, M., & Wan, Y. (2019). Same sushi, different impressions: A cross-cultural analysis of Yelp reviews. *Information Technology & Tourism*, 21, 181-207.
<https://doi.org/10.1007/s40558-018-0136-5>

Petway, J. R., Lin, Y.-P., & Wunderlich, R. F. (2019). Analyzing opinions on sustainable agriculture: Toward increasing farmer knowledge of organic practices in Taiwan-Yuanli township. *Sustainability*, 11(14), 3843.

<https://doi.org/10.3390/su11143843>

Ren, G. (2017). The inquiry on the necessity of cultivating the craftsman' spirit and the cultivation mode in marine vocational education. In *Proceedings of 4th international conference on education, management, arts, economics and social science. Advances in social science, education and humanities research*, 172, 374-378.

Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159-170.

[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0148-2963\(91\)90050-8](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0148-2963(91)90050-8)

Shi, H.-F. (2019). Research on the main path of cultivating craftsman spirit in higher vocational colleges. In *Proceedings of 1st international symposium on innovation and education, law and social sciences. Advances in social science, education and humanities research* (pp. 185-188).

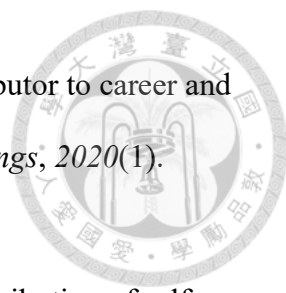
Shih, C. (1968). Economic development in Taiwan after the Second World War.

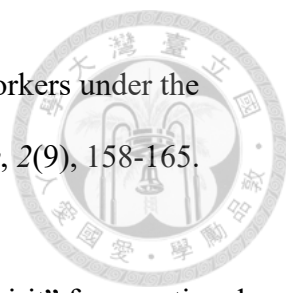
Weltwirtschaftliches Archiv, 100, 113-134. <http://www.jstor.org/stable/40436626>

Shih, C.-F., & Wu, P.-I. (2005). Adjustments of Taiwan's agricultural policy under the WTO. *Taiwan International Studies Quarterly*, 1(4), 147-164.

Silverman, D. (2017). How was it for you? The Interview Society and the irresistible rise of the (poorly analyzed) interview. *Qualitative Research*, 17(2), 144-158.

Sun, Z. (2017). Study on craftsman's spirit and the cultivation of contemporary college students' sense of social responsibility. In *Proceedings of 2017 2nd international conference on education & education research* (pp. 282-285).

- 
- Tang, H., Loi, R. C. H., & Liu, Y. (2021). Craftsman spirit: A contributor to career and well-being. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, 2020(1).
<https://doi.org/10.5465/AMBPP.2020.14548abstract>
- Wang, J.-H., Chang, C.-C., Yao, S.-N., & Liang, C. (2016). The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention. *Higher Education: The International Journal of Higher Education Research*, 72(2), 209-224. <https://doi.org/10.1007/s10734-015-9946-y>
- Wang, Y. (2020). Thoughts on the cultivation of innovative and entrepreneurial talents in colleges and universities based on the “craftsman spirit” based on big data analysis. *Journal of Physics: Conference Series*, 1648, 032196.
<https://doi.org/10.1088/1742-6596/1648/3/032196>
- Woodruff, R. B. (1997). Consumer value: The next source for competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 139-153.
<https://doi.org/10.1007/BF02894350>
- Xiao, K., & Cheng, Y. J. (2019). Cultivation of students’ craftsman spirit in e-commerce teaching in higher vocational colleges: Taking Wuhan Railway Vocational and Technical College as an example. *Think Tank Times*, 173, 191-192.
- Xin, Q., Liu, S., & Liu, Y. (2021). The forming mechanism of employees’ craftsman spirit from the perspective of workplace status. *Science Research Management*, 42(9), 201-208.
- Yang, H.-F., Zhou, W.-J., Zhou, L., Liu, F., & Zhao, H.-Y. (2020). Preliminary exploration on ideological and political teaching of experimental courses in universities from the perspective of craftsman spirit. In *Proceedings of 5th international conference on education and social development* (pp. 937-940).

- 
- Yu, H. & Luo, Q. (2020). Reform of the construction of industrial workers under the craftsman spirit. *International Journal of Frontiers in Sociology*, 2(9), 158-165.
<https://doi.org/10.25236/IJFS.2020.020922>
- Yue, Y. & Gong, L. (2021). Study on the cultivation of “craftsman spirit” for vocational automobile students. *Open Access Library Journal*, 8, e7856.
<https://doi.org/10.4236/oalib.1107856>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value A means-end model and synthesis of evidences. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
<https://doi.org/doi.org/10.2307/1251446>
- Zeithaml, V. A., & Kirmani, A. (1993). Advertising, perceived quality, and brand image. In Aaker, D. A., & A. L. Biel (Eds.), *Brand equity and advertising* (pp. 143-161). Iowa City, IA: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
<https://doi.org/10.4324/9781315799537>
- Zhang, Z. (2021). Cultivation of craftsman spirit in employment and entrepreneurship education in colleges. *Journal of Frontiers in Educational Research*, 1(4), 94-97.
<https://doi.org/10.23977/jfer.2021.010421>
- Zhuo, W. (2021). Craftsman spirit: An enterprise anthropological study of the time-honored brand enterprises' core-competitiveness. *International Journal of Business Anthropology*, 11(1), 22-35.
- 日本農業経営大学校（2022）。本校設立の背景と趣旨。檢自：
<https://jaiam.afj.or.jp/about/meaning/>
- 日本職人辞典（1985）。職人精神。日本：東京堂出版。
- 林蔚榕（2015）。台湾における日本の職人イメージの受容と変容。 *Osaka University Knowledge Archive* (pp. 1-116) 。 <https://doi.org/10.18910/55714>

林蔚榕（2016）。日本の職人イメージの受容から「台湾職人」の再発見へ。

Osaka University Knowledge Archive (pp. 43-54)。

<https://doi.org/10.18910/57328>



许文（2018）。浅析以优秀传统文化融入高职大学生工匠精神的培育研究。青年時代，35。檢自：<https://m.fx361.com/news/2018/0224/4823612.html>

黄敏学、李清安、胡秀（2020）。傻人有傻福吗？品牌依恋视角下的工匠精神传播研究。珞珈管理评论，34，117-136。

堀口健治、長谷川圭、申鍊鐵、吉野文菜（2021）。経営者教育7年の実践と課題：日本農業経営大学校の教育体系と就農形態。農業経営研究，59

(2)，85-90。https://doi.org/https://doi.org/10.11300/fmsj.59.2_85

曾颖、赵曙明（2017）。工匠精神的企业行为与省际实践。改革，4，125-136。

斎藤隆介（2015）。職人衆昔ばなし。日本：文春学藝ライブラリー。

豊橋百農人（2022）。豊橋百農人が目指すもの。檢自：

<https://jaiam.afj.or.jp/about/meaning/>

韩长日、杨秀英、谢林（2017）。弘扬“工匠精神”，促进“工匠型人才”培养的研究与探索。海南师范大学学报（自然科学版），30（1），285-288。

附錄：調查問卷



親愛的受訪者，您好：

首先感謝您寶貴的時間，本研究在探討臺灣農業職人精神。您所提供的資料不會進行個人分析，僅用於學術研究，請安心回答。感謝您的協助！

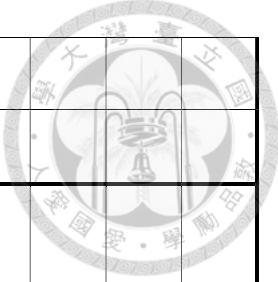
研究團隊：簡志斌、梁朝雲特聘教授（國立臺灣大學）

調查日期：2022 年 3 月間

壹、請您點選最符合您真實情況的選項。

題 項	極 為 同 意	同 意	傾 向 同 意	傾 向 不 同 意	不 同 意	極 不 同 意
我認為具有職人精神的農民應該 ...						
1. 有執著求真的精神。						
2. 積極地豐富所知。						
3. 持續且耐性地精進技術。						
4. 不斷地追求創新。						
5. 務實且不懈地思考改善之道。						
6. 能傳承精髓並與時俱進。						
7. 採取嚴格的高標準來檢驗自己。						
8. 有專業道德且嚴守產業規範。						

9. 待人處事皆會力守誠信。						
10. 有追求卓越的專業態度。						
11. 精雕細琢而不求快。						
12. 堅持極緻品質，致力百分百的完美。						
13. 熱愛且全心奉獻於專業工作。						
14. 會忠誠、敬業且嚴謹地堅守崗位。						
15. 親力親為且盡心盡力地認真做事。						
16. 自願盡責地避免可能的疏失。						
17. 自律確認每一個細節。						
18. 勇於承擔且全力以赴。						
我認為 ...：						
19. 我會關心農產品價格的合理性。						
20. 我會注意購買農產品的便利性。						
21. 我會重視農產品的食用安全性。						
22. 我會在意農產品的賣相。						
23. 我會關心農產品的新鮮度。						
24. 我會重視農產品的品質好壞。						
25. 臺灣有許多視農業為良心志業的農民，讓我 感到開心而感動。						
26. 我傾向購買認識或有口碑的農民產品，因為 那會讓我感到安心。						
27. 我喜歡到有人情味的傳統市場購買農產品。						
28. 支持並購買在地的農產品，是一件很酷的環 保行為。						



29. 我會盡情享用當季盛產的農特產。						
30. 糟蹋糧食會讓我有罪惡感。						
31. 我傾向直接向農民購買農產品，讓農民直接獲益。						
32. 我不認同為了增加就業機會，而將農地轉為工商用地。						
33. 我會因為群體認同感，而不去選購更便宜的進口農產品。						
34. 我會因為品牌知名度，而去購買特定的農產品。						
35. 我會因為社會公益形象或注重動物福利，而去購買特定的農產品。						
36. 購買知名且昂貴的農產品當伴手禮，會讓我感到有優越感。						
37. 我喜歡享用不同品種的農產品（如土芒果和愛文芒果）。						
38. 我喜歡品嚐知名產地的農產品。						
39. 包裝設計精美的農產品會吸引我。						
40. 我會檢視農產品的生產說明和檢驗標章。						
41. 附加後續處理（如烹調）方式的農產品，會讓我覺得很方便。						
42. 導入科技以育成新品種或強化品質的農產品，會更吸引我的注意力。						
43. 適度的休耕讓土壤休息，有益於生產環境的永續發展。						



44. 技術專精且能堅持品質的農民，特別受人尊崇。					
45. 賣場人員的專業解說和親切態度，會促動我的購買慾。					
46. 將滯銷的農作物轉製成加工食品，既可減少浪費，又可增加消費選項。					
47. 發展休閒農業，既可提高農民收入，又可舒緩壓力、促進健康。					
48. 發生天災時，政府對農業的補助是必要的。					

貳、基本資料

49. 性別： ☐男 ☐女

50. 年齡： 歲

51. 現居地： 縣市

52. 現居地： ☐高中職及以下 ☐大學/專科 ☐碩士（含）以上

53. 是否就讀農業相關科系： ☐是 ☐否

54. 是否從事農業相關事業： ☐是 ☐否

55. 婚姻狀況： ☐單身 ☐已婚 ☐已婚且有小孩

本問卷到此結束

本問卷到此結束，再次感謝您的熱心協助，謝謝！

Copyright©2022 簡志斌、梁朝雲，All rights reserved。