

國立屏東科技大學

National Pingtung University of Science and Technology



技術及職業教育研究所



105 11 ~106 1 月電子報

本園地為技職所之學會
幹部及系所師長全員共同努力所
創設之電子報，藉由電子報的園地，
讓學生可以在此發揮個人的專長及學術
領域，提供學術性文章及交流之處。
本電子報為季刊，由技職所學生所組之
學會出版組負責編輯及徵稿，
在此歡迎大家踴躍投稿，
感謝各位的支持及指教。

發行單位：國立屏東科技大學技術及職業教育研究所
發行人：吳雅玲所長 指導老師：鄭明長副教授
編輯者：105出版組 葉時亨、孔韻景、李采桔
資料提供：劉宏慈助教、鄭士榮助教
聯絡電話：(08)7740491 傳真：(08)7740396
105學年徵稿信箱：m10570008@mail.npust.edu.tw
地址：屏東縣內埔鄉老埤村學府路1號

目錄

業師經驗分享.....	3
校慶園遊會技職所友回娘家.....	5
技職所期末系大會暨聖誕晚會.....	6
全球公民論述.....	9
高職食品科學生食品知能與購買行為之分析.....	18

業師經驗分享

技職所於 105 學年度，聘請各界具豐富實務經驗之業界人士參與專題討論課程共同教學，不僅能增加本所學生對業界實務工作的瞭解，亦能對現今技職教育的趨勢能有更深的了解，幾場分享下來，均能感到各位同學都是獲益良多。

3D 印表機之實務操作與運用研習

3D 列印機廠商-周子閔先生

105/11/03 專題討論課程

經由周子閔先生的分享，讓同學對於3D列印這個領域有了一個更深入的認識，周先生不僅仔細了講述3D列表機的演進及現今的運用方向，也利用所內擁有的3D列表機進行實地操作給同學們看，也讓同學能試著去實際操作機器，真的讓同學們大開眼界也獲益良多。



我國技職教育發展

岡山農工-陳香妘校長

105/11/10 專題討論課程

這次所裡請到國立岡山高級農工職業學校的陳香妘校長，來跟我們分享國內技職教育的發展，經過陳校長的分享，對技職教育的發展歷程，有了更深的認識與了解，陳校長也以自身經驗分享，告訴同學們-

「並沒有學非所用，是看學了之後怎麼去運用」，目前所學，也許當下並未會有運用的機會，但或許未來會有派上用場的一天，不是嗎？



論文寫作技巧

高雄師範大學 - 吳和堂教授

105/11/17 專題討論課程

研究所要畢業，最重要的是要把自己的碩士論文寫出來，而完成一篇論文，除了要付出時間及精力外，撰寫論文的技巧，也是十分重要的，本次所裡請到高師大的吳和堂教授，來與同學分享如何從訂定題目、設計架構到最後能完成一篇論文，讓同學們至少有了個基本的概念，吳教授也教授了一些寫作會用到的軟體小技巧，但囿於時間關係，吳教授無法一一詳述，不過同學們，一堂課下來，已是獲益良多，相信對於日後，同學在論文撰寫上，應該已有很多的助益了。



業師經驗分享

美容、美髮人才培訓經驗分享

高雄市理燙髮美容業職業工會-蘇育銖理事長

105/11/24 專題討論課程

本次所裡請來了高雄市理燙髮美容業職業工會的蘇育銖理事長來向所內同學分享美容、美髮人才培訓經驗分享，在蘇理事長的分享下，同學們對於美容、美髮的證照發展流程，及人才培訓的模式，都有了更深的認識，蘇理事長也分享了他至大陸參加美容展的影片，也讓同學們是大開眼界了。



實務參訪-勞動部勞動力發展署高屏澎東分署

105/12/1 專題討論課程

本次專題討論課程，跳脫了之前在教室演講的模式，改為前往位於高雄的勞動部勞動力發展署高屏澎東分署，進行實地參訪的行程，本次參訪，實地了看了許多不同類別職業技術的訓練現場，令人大開眼界，政府提供如此完善的設施，及良好的師資，重點是合乎資格的話，許多課程都是免費的，真的很推薦想學一技之長的朋友，前來學習。



我國職業訓練與發展

勞動署高屏澎東分署-柯秀燕 副署長

105/12/8 專題討論課程

本次所上請來了勞動署高屏澎東分署的柯秀燕副署長，來向同學分享我國職業訓練與發展的過程，柯副署長將台灣職訓發展依不同時期分別做了介紹，也強調職業訓練與經濟發展是環環相扣的，而面對現今產業變遷如此快速，職訓的步調也要相對調整，才能與時俱進，最後，柯副署長也分享了一段話-人才培育很貴，但不培育更貴，與大家共勉之。



組織領導與管理實務經驗分享

大魯閣開發人資經理-張雄喬 經理

105/12/16.105/12/23 組織領導與管理課程

這次領導與管理課程，請到了大魯閣開發人資經理-張雄喬，來與所上同學分享，何謂領導與管理，從事人力資源管理工作的張經理，很難想像她當初並非是學人管出身的，而是在陰錯陽差下，接觸到人管，她也分享了這其中的心路歷程，且在課堂中也巧妙利用遊戲的方式，讓同學們體會到領導與管理的重要，而在第二次上課，張經理則是分享了許多關於儀態及外顯行為，會影響到別人對你的觀感，亦教授了許多儀態上的量好做法，畢竟，外在表現是直接可以看到的，擁有良好儀態，對於自身在別人眼中的形象，也是會加分不少的。

校慶園遊會-畢業所友回娘家活動

一年一度的校慶園遊會又到囉~技職所每年在這天都會舉辦

「技術及職業教育研究所所友回娘家」的活動，不僅能讓畢業校友能回所裡坐坐，與師長敘敘舊，也讓各屆畢業的所友，能相互交流，是個蠻具意義的活動。

活動概況



技職所期末系大會暨聖誕晚會



技職所於聖誕節前夕舉辦期末聚餐暨聖誕晚會，今年不僅準備了異國風情的越南料理，還有交換禮物活動及技職所一年級為大家帶來的舞蹈表演，讓師生們度過了一個愉快且難忘的夜晚





活動當天適逢鍾鳳嬌老師生日前夕，同學們準備了蛋糕一起為鍾老師慶生。





本活動由第十六屆技術及職業教育研
究所學會策辦

感謝所有工作人員及指導老師。

全球公民論述

朱家慧

國立屏東科技大學技職教育研究所研究生

壹、前言

全球化的時代的來臨，使得人們幾乎無法置身於全球化之外。獲得普立茲獎的得主 T. L. Friedman 曾言：全球化不是一種選擇，而是現實(reality)。(陳麗華、彭增龍，2007)

德國的學者 Beck(1999)指出全球化後，所面對的風險，第一是不平等的狀態，而生態間的不平等，是一個極大的問題。因為在生產的過程中，汙染環境破壞生態，更直接對貧窮國家造成嚴重的衝擊。第二是跨國間的問題，例如：恐怖主義、跨區的疾病、基因改造食品甚至於族群間的衝突等等，這些跨國間的問題，會對民族國家的政治或社會造成衝擊。第三，隨著軍火科技的發達，毀滅性的軍事武器，不僅是攸關一個國家，更是關係到一整個區域的和平。上述這些問題，不僅僅只是一個國家可以解決，如果沒有提升到全球的層次，是很難根本性的解決上述所面臨的風險。(陳淑敏，2012)

在全球化的時代，如何培養學生具有全球的公民意識，可以有能力和了解全球問題，是一個重要議題。近年來，因為資訊、科技、運輸科技的發達，國際組織、跨國際企業、非政府組織關係越來越密切，使我們和世界的關聯性越來越大，例如：溫室氣體、跨國性的環境汙染，可以知道我們和全球關係越來越密切。從上所述，在全球化的時代，現代公民應該要因應快速變遷的全球化時代所面臨的各種議題。透過參與全球經濟、透過全世界環境因素對我們的生活造成影響，例如：透過我們在其他國家看到人道主義災難時的感覺；可以知道我們和全球關係越來越密切。我們認為自己是全球公民的人並不放棄其他身份，例如對我們國家的忠誠，種族和政治信仰。這些傳統的身份給我們的生活帶來意義，並將繼續幫助塑造我們的身份。然而，由於生活在一個全球化的

世界中，我們理解我們有一個額外的責任，希望可以成為全球公民。我們在這時代所面臨全球化方式，希望建立一個可持續的價值觀國際社會。可持續包括的全球經濟增長，減貧，防止國家之間的衝突，消除大規模毀滅性武器，人道主義援助和保護文化多樣性。全球公民概念的提出，擴大了公民定義。

貳、全球公民論述

一、全球化對公民的影響

全球化下，使得有些政治事務無疆界化，資本就可以快速流動、跨國性的疾病、全球金融危機、跨國性人口的流動、全球環境生態議題以及文化衝突等等，皆可以反應事務的複雜性，並不是早期單一民族國家可以解決的問題，而是在全球議題的層次。因此，在全球意識高升的情況下，公民資質將打破早期以民族國家為公民身分的概念，而提升到全球視野的觀點。(張培新，2003)。

在全球化盛行和通訊科技快速發達下，增加了公民參與行動能力。Ichilov 指出通訊科技的發達，增加了公民參與機會。並修正代議政治下人民對政治的疏離感。現代透過網路、手機、電視和其他的通訊媒介，公民接受資訊很快速，更可以運用通訊器材，討論、遊說公共議題，公民變得比以往更有力。(梁福鎮，2009)

在經濟全球化的底下，對於第三世界的國家，更是雪上加霜。以人工、勞力為主的國家，很難跟掌握資金和技術的先進國家抗衡，導致第三世界的國家勞工，受到更多的剝削。Rifkin(1995)曾指出目前世界有兩股力量，一個是掌握資金和技術可以控制全球經濟，一個是廣大沒有技術的勞工。國際間的貧富差距、富國在貧窮國家生產所造成環境污染議題，種種看來不正義的事情慢慢浮現。在全球化下，社會正義和平等公民的議題，受到關注。(張培新，2003)

綜合上述所說，全球化的盛行，讓公民對於很多的事務，提升到全球視野。且科技的發達，也使得公民可以更快速獲取資訊，經濟的全球化，使得世界上貧富差距變大，更重視社會正義議題，都是全球化下對公民新的思維方向。

二、全球公民定義

全球公民的定義，目前沒有很明確的定義，且全球公民和世界公民這兩個詞彙，在文獻當中也經常互為使用。(Niens&Reilly, 2012)。美國的學者Anderson 與 Rivin 在 1980 年代所出版的《全球化時代下的公民教育》(Citizenship Education in a Global Age)就有指出，學校的課程已經國家中心的概念轉向世界為中心，也從早期以人類為主朝向生態平衡的觀點。而對於全球化時代下的變化，公民的界定亦有更多的學者提出不同的觀點。以下就不同的組織和學者對全球公民定義介紹。

(一)、樂施會(Oxfam)

關心自己的社區、國家和世界上其他地方，會關心世界不平等的現象，了解造成不平等和貧窮的原因，也願意身體力行讓世界變得更平等。(樂施會，2012)

(二)Reysen 和 Katzarska-Miller(2012)

認為全球公民是具有意識、關懷和尊重文化差異性，同時也能提升社會正義、永續發展和有責任心的人。

(三)Pashby(2011)

認為全球公民，面對自己可以進行自我批判，有責任心與他人互動，並了解他人，可以進行持續性的對話，不是封閉和停滯的自我。

(四)Veugelers(2011)

認為全球公民，主要的內涵為人權的重視和對全球的責任。

(五)John Cogan(2000)

John Cogan 對於全球公民應該具有特質，條列出七項：

- 1、全球公民為全球社會的一份子，檢視其解決問題的能力
- 2、會與他人合作，並在社會中負擔自己的責任
- 3、了解、接受和尊重文化的差異性

- 4、批判性思考的能力
- 5、非暴力的方式解決問題
- 6、願意改變自己的消費習慣來保護地球環境
- 7、對人權的保護

(六)、吳時省(2014)

全球公民(global citizen)，相對於國家公民的定義，全球公民既是國家的公民，情感上的歸屬也屬於全體人類，不僅履行對國家應盡的權利和義務，更以增進全體人類的福祉為其目標。

(七)、Heater(2002)

Heater(2002)將公民資質相關內容加以整合，提出世界公民(world citizenship)的概念，分為三個面向 X 軸、Y 軸、Z 軸等三個面向，X 軸是以地理為面向，從地區、民族國家、洲擴及世界；Y 軸是傳統的公民資質，包含：公民權利、公民認同等；Z 軸為公民知識、公民態度和公民參與能力等等。將整個公民視野，延伸到全球的面向。

(八)、Peters、Britton、Blee(2008)

Peters、Britton、Blee 等人，在 2008 年所發表的全球公民教育文章中，將全球公民分為三大部分，首先是以人權為基礎為核心的概念，認為身為全球公民，應該要有普遍性人權，關心世界上各地人權落實情況。二是政治方面的全球公民，雙重國籍、多重國籍身分的認同和身分間的轉換。三是經濟的全球公民，這邊重視在國際貿易之下，全球公民和這世界連結的過程。

(九)、Schattle(2008)

Schattle(2008)在詮釋全球公民實踐一文中，將全球公民分為基本素養和進階素養，全球公民的基本素養有參與、責任和意識，而進階素養則包含了跨國的流動、跨文化的理解和個人本身的成就。

(十)、聯合國教科文組織

全球公民是屬於更大的社區，它強調政治、經濟、社會和文化相互依存，地方、國家和全球之間相互關聯。(2017/04/23 取自 <http://en.unesco.org/gced>)

綜上所述，可以發現全球公民的論述非常多，而作者認為全球公民不但是國家的公民，了解自己社區、國家到全球相關事務，更對全體人類有共同的情感，尊重不同文化、了解世界上不公平的事，且藉由公民參與改善世界不公平的現象。Keating(2009)全球公民是一種情感的維繫，而這種情感的維繫，應是普世的價值觀(universal values)。因為傳統公民領域，國家會賦予公民身分或資格。而全球公民，並沒有一個法律賦予身分，所以全球公民，強調群體連帶的情感。Myers(2010)全球公民，是需要積極參與世界性的議題。亦可得知，全球公民，不僅是有情感的連結，也強調積極參與全球性事務。

參、我國教育針對全球化所對的調整

在我們身處的台灣，在面對全球化的趨勢，教育部在 2004 年的施政主軸即以『創意台灣—全球布局：培養各盡其材的新國民』，來展現教育目標應具有全球視野。而在九年一貫的課程綱要中『文化學習與國際理解』也為十大基本能力之一，在社會學習領域當中，全球關聯亦是九大主題軸的第九個(陳麗華，2011)。從上所述可以得知教育部對於全球化重要性。

民國100年的中小學國際教育白皮書，就是一個重要的里程碑。從教育白皮書開始至今，為時不遠，但是這幾年的努力，使許多中小學意識到國際教育的重要性，並開始進行國際教育的課程。

國內學者張秀雄、李琪明在 2002 年國科會公民的應該具備何種資質做研究，將整個公民應該具有的資質分為三大領域公民知識、公民德行、公民參與能力，由近而遠從己→人→社會→國家→世界→生態，建構了公民資質的內涵，可知公民資質的內涵越來越豐富。其內涵如下

(一)公民知識(civil knowledge)-是指公民生活中所需的各種知識

- 1、政治方面：政治體制、民主的概念、政府決策的過程、憲政體制。
- 2、經濟方面：經濟學的基本概念、消費、失業率、國民所得、貨幣政策等。
- 3、法律方面：生活中的法律、法律所規範的權利救濟、民法基本概念、刑法的概念、訴訟的時效等等。
- 4、社會方面：社會的基本概念，階層論、社會組織、社會服務。
- 5、文化方面：多元文化主義、文化相對論、主流文化、次文化。
- 6、道德方面：尊重生命、倫理道德、生命倫理、經濟倫理等等。

(二)公民德行(civil virtues)

- 1、一般的德行-勇氣、守法。
- 2、社會的德行-獨立、開放。
- 3、經濟的德行-自我滿足延宕的能力、經濟倫理。
- 4、政治的德行-尊重他人、有能力評估公務人員、願意討論公共事務。

(三)公民的參與能力(civil participatory capabilities)

- 1、增加民主參與的能力：理性溝通、在公共場合表達自己訴求，對政治的參與，行使投票權，甚至直接參與選舉活動，也監督政治組織的責任。
- 2、落實社會行動的能力：可以從社區開始做起，增加對公共事務參與。也可以提高與人合作的能力。

綜合上述，可以發現教育部，在中小學的課程內容中加入國際視野、文化學習與國際理解』，在社會學習領域當中，全球關聯等議題，可以了解我國教育對於全球化的重視和注意，且國內學者張秀雄和李琪明更在 2002 年國科會的研究，建構公民應該具有的面項，由近而遠從己→人→社會→國家→世界→生態，可以發現公民從己到世界做連結，更進一步擴大到生態，雖然沒有全球公民概念的名詞，但內容上卻從自身開始到社區、國家和世界，已經超過國家傳統公民身分的概念，著重面向更為多元且豐富。

肆、結論

上面的論述中，研究者討論全球公民的意義，全球公民有許多學者和組織也紛紛下定義，大抵是對普世人權的尊重、永續發展議題、強調集體的情感和連帶的關係，藉由公民參與來改變世界上不平等和貧窮的情況，甚至發展自身的能力來因應快速發展的社會。且我國政府對於全球化的來臨，在政策也開始著重國際教育和全球關聯，顯示出我國政府面對全球化，也做出了回應。

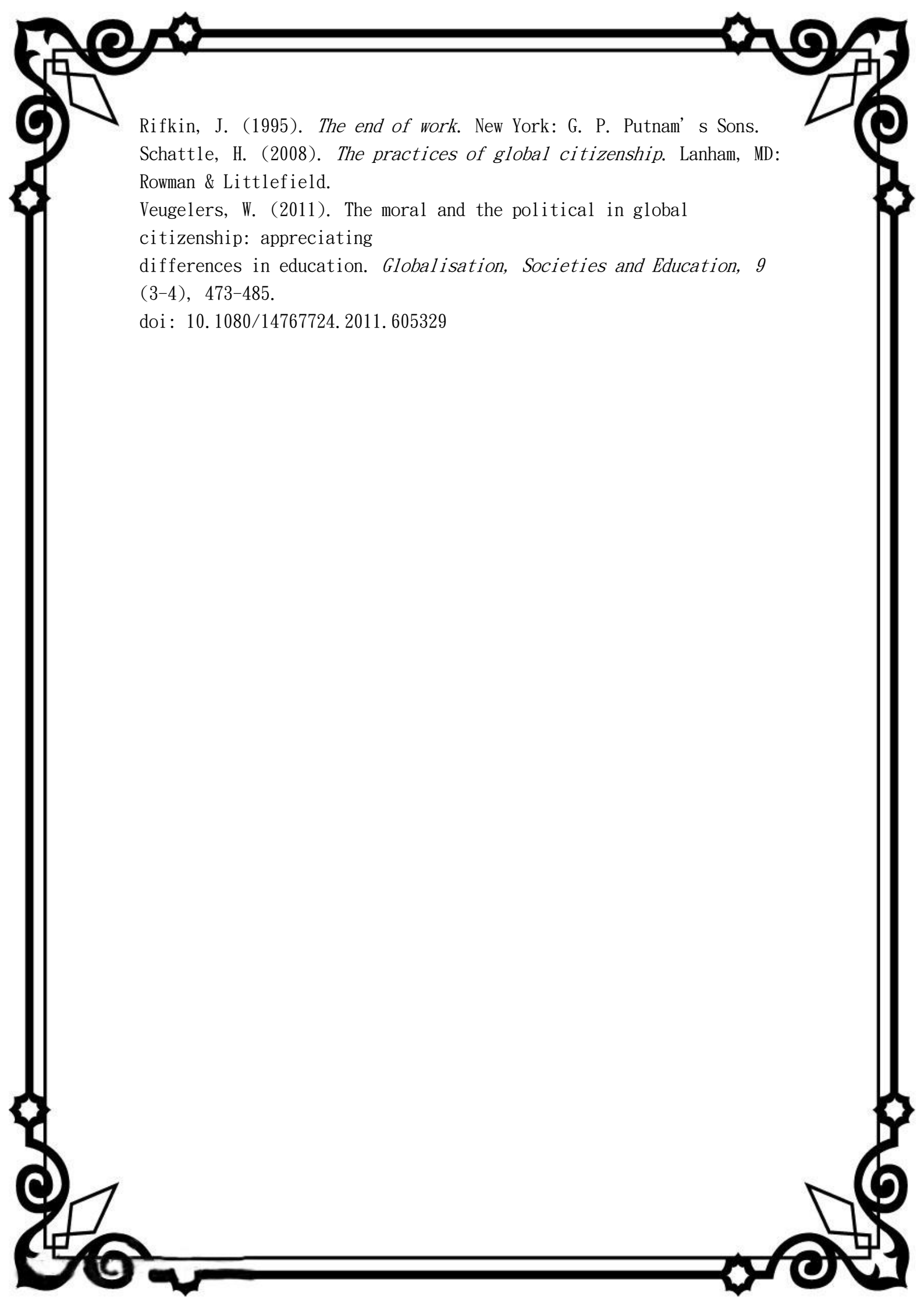
全球化的時代來臨，政治、經濟和文化的全球化，讓全球關係越來越緊密，跨國性人口的流動，更使得人們困惑公民身分，傳統民族國家公民身分，更進一步擴及全球公民，而全球公民因為超越國家公民身分的法律約束，更強調全體人群的情感、對普世人權的重視，希冀可以全球公民可以參與活動，來改善世界不平等現象，追求美好、公平的世界。

中文文獻

- 吳時省(2014)。全球公民素養量表之發展。未出版之博士論文，國立中山大學教育研究所，高雄。
- 張秀雄、李琪明（2002）。理想公民資質之探討-台灣地區個案研究。公民訓育學報，12，頁 1-32。
- 張培新(2003)。全球化浪潮下之公民資質初探。人文及社會學科教學通訊，14(1)，58-75。
- 陳麗華（2011）。公民行動取向全球議題課程設計模式與實踐案例。臺灣民主季刊，8(1)，頁 47-82。
- 陳麗華、彭增龍（2007）。全球觀課程設計的新視野：公民行動取向。教育研究與發展期刊，3(2)，頁 1-18。
- 陳淑敏(2012)。論全球公民教育與其公民實踐—以大學生的學習為例，當代教育研究，20(4)，頁 121-153。
- 梁福鎮(2009)。全球化下台灣公民教育的挑戰與回應。台北：國家教育研究院籌備處。

英文文獻

- Beck, U. (1999). *What is globalisation?* London: Polity.
- Cogan, J. J. (2000). Tomorrow's citizen. [Article]. *Pacific-Asian Education Journal*, 13(1), 5-19.
- Heater, D. (2002). *World citizenship: Cosmopolitan thinking and its opponents*. London: Continuum.
- Keating, A. (2009). Educating Europe's citizens: moving from national to post-national models of educating for European citizenship. [Article]. *Citizenship Studies*, 13(2), 135-151. doi: 10.1080/13621020902731140
- Niens, U., & Reilly, J. (2012). Education for global citizenship in a divided society? Young people's views and experiences. *Comparative Education*, 48 (1), 103-118. doi: 10.2307/23267831
- Oxfam GB. (2006). Education for global citizenship: A guide for schools. Retrieved from <http://www.oxfam.org.uk/education/global-citizenship/key-elements-of-global-citizenship>
- Pashby, K. (2011). Cultivating global citizens: planting new seeds or pruning the perennials? Looking for the citizen-subject in global citizenship education theory. *Globalisation, Societies and Education*, 9 (3-4), 427-442. doi: 10.1080/14767724.2011.605326
- Peters, M., Britton, A., & Blee, H. (Eds.). (2008). *Global citizenship education: Philosophy, theory and pedagogy*. Rotterdam, The Netherlands: Sense.
- Reysen, S., & Katzarska-Miller, I. (2012). A model of global citizenship: Antecedents and outcomes. *International Journal of Psychology, iFirst*, 1-13. doi: 10.1080/00207594.2012.701749



Rifkin, J. (1995). *The end of work*. New York: G. P. Putnam' s Sons.

Schattle, H. (2008). *The practices of global citizenship*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Veugelers, W. (2011). The moral and the political in global citizenship: appreciating differences in education. *Globalisation, Societies and Education*, 9 (3-4), 473-485.

doi: 10.1080/14767724.2011.605329

高職食品科學生食品知能與購買行為之分析

蘇文伶

國立屏東科技大學技職教育研究所研究生

壹、前言

本研究探討高職食品科學生對食品知能與購買行為之淺談。研究採用訪談高職林老師瞭解高職食品科學生對於食品知能及購買行為作為資料來源。

貳、研究動機

本研究主要是從國內近年來食安事件頻繁發生的角度，回顧 2011 年塑化劑、2013 年毒澱粉、2014 年的餿水油事件、直到 2015 年手搖飲料店的茶類飲料殘留農藥等問題，令台灣消費者人心惶惶的事，一連串食安地雷的連環爆，充分暴露台灣在食品產業鏈把關的不足，且民眾感受的強度遠勝過其他環安事件，一連串食安事件，打擊人民對食的信心，更讓消費者無所適從，也直接衝擊台灣美食王國的形象。而國內最新研究也針對不同主題在青少年、食品高職生與一般消費者，在食品標示的認知卻無相關研究高職食品專科生去做探討，雖然國內食品標示的研究日益增加，但研究也僅對消費者在選購時閱讀標示行為、食品高職生基因改造食品及成年人食品標示認知、態度及行為間的關係。林薇和李靜華(2005)指出隨著人們對於健康的重視，對食品標示的重視程度也日益增加。然而，高職食品科學生為未來食品產業基層幹部的主要來源，因此瞭解其對食品認知的充分瞭解，有絕對探討的必要性。在食品認知及與食品選購議題上，各級學校是否排定專業訓練課程在其學習課綱中，針對高職生受食品專業課程教育後，食品科學生是否具備食品知能及選購能力。以此研究結果，建議高職食品科專業科系如何增設相關食品安全及風險管理之科目，讓這群學生可勝任我國未來的食安監督任務。

參、研究目的

在充滿不確定性的風險社會中，消費者到底相信什麼？意即消費者信任的對象是誰？這種信任又是如何產生的？依據以上食品安全問題與消費者信任的討論，本研究主要研究問題為：對於農產品的安全，台灣消費者的信任對象有哪些？此種信任是如何建立的？希望藉由以上研究問題，讓我們了解在風險社會的情境脈絡下，消費者的信任對象為何，以及消費者如何建立信任。並期望本研究結果可提供農政單位及民間團體作為推廣安全農產品之策略參考，以俾取得消費者信任，建立長久、穩定的交易關係以支持台灣安全農業發展。

肆、名詞界定

一.食品知能

對於消費者而言，食品知能涵蓋許多面向包含：對食品包裝標示(過敏原、儲藏期限)、原產地來源、食品標示、食品營養標示、食品標章(TQF、CAS 肉品、TGAP 及 HACCP)、非包裝食品標示、添加物、藥物殘留(安全)、基因改造及食品法規的認識、重視態度及執行力。

二.購買行為

針對購買行為提出四個層面的論述如下：

1.購買的場域：

消費場域是比產品本身更具有影響力 (Kotler, 1973)。如同有形產品的包裝，服務場域在實質上也「包裝」了服務，並傳達給消費者一個「裏面是什麼」的外在印象 (Zeithaml, et al., 2006)。現今世代講究便利，能從商品、價格、促銷和通路去取得優勢創造市場差異化的機會。

2.購買意願之考量及影響因素：

消費者過往對於來源的意識較無重視，在購買食品，對於食品標示、標章及營養標示認識欠佳，所以消費者在選購時較不注重查看食品標示及標章，其研究顯示食品知識、態度及行為與性別、家庭月收入、及家庭社經地位有顯著正相關(林薇，2001)。但幾經重大食安事件後，消費者對食品的標示及政府食品的法規、罰則，除了有些許的無奈，更抱持著殷切的期待。新聞媒體與電子媒體錯誤或扭曲的報導，造成消費者的恐慌、社會成本的增加、台灣美食王國形像的受損，其實質與無形的經濟損失難以估計。因此，企盼藉由政府擬定嶄新的「食安教育政策」，教導消費者如何正確判定食品來源與資訊，已經是「當務之急」而不容忽視。

影響消費者的購買意願，不外乎喜好度，價錢與外觀，現在食品消費者的意識抬頭，有更多外界媒體傳播與渲染，食品衛生安全法規在兩年內，修訂了六次，更讓消費者的食安意識抬高，身為專業食品人選購食品，會選擇食品公司品質、風評還是正確的食品標示觀念，這是我們需要去瞭解的。

伍、文獻回顧

近年來國內食安事件頻繁引爆，導致消費者對於購買安全食品無所適從，因此彰顯食安政策、法規及食品知能教育的重要性，本研究冀望以下列兩個構面進行分析。剖析高職生對專業知能及購買執行力之行為間之關聯性，若高職食品科學生都比食品高職生或一般消費者的食品知能，並無顯著性的提升，是否課程設計上，可增訂食品衛生安全、危害分析及風險溝通等課程，讓食品科畢業生投入職場前，能有更深層的食安知識，進入食品產業面對食安事件可從容應對，且能充分瞭解最新食安法規，在訓練執行力與宣導食品認知有更深度的教導，培育出有能力及執行力的食安人才。

第一節、食品知能之內涵及相關研究

一、食品知能的定義

食品知能是指消費者對食品的一般知識，涵蓋對食品標示、食品營養標示、食品標章、非包裝食品標示、食品添加物、動植物藥物殘留、基因改造及食品法規一定的了解。知識(knowledge)是對某個主題確信的認識，藉由這些認識擁有潛在的能力為特定目的而使用，意指透過經驗或聯想，而能夠熟悉進而了解某件事物。Axelson & Brinberg (1992)認為知識係指人們經由學習、記憶等過程中來

獲得訊息，測量知識可用於瞭解人們對人、事、物的記憶情形。Nonaka (1994)認為知識是人類理解與學習的結果。

(一)學生專業知能

Shorter (1985) 歸納並將專業知能定義為如下四種：

- 1.專業知能就是行為或表現，指個人能明確表現出來的行為。
- 2.專業知能為知識、技能的運用，尤其強調思考，及必須知道為什麼選擇，為什麼這麼做。
- 3.專業知能為一套標準，以此來判斷個人能力足夠的程度。
- 4.專業知能表示一個人的特質或狀態。

吳清山 (1997) 指出專業知能為專門的知識與能力。個人從事專業工作時，欲成功執行某任務所需具備的認知、技能及態度 (胡修如，2000)。

由上述得知，「知能」為個人從事專業工作時，運用知識、技能及態度表現出的行為，即具備專門的知識與能力。

二、食品營養知能

食品營養知能是指個人閱讀、理解與使用獲得飲食營養之必要資訊的能力，以求改善自身的健康情況。醫師對於病患的責任包括了充分地透露資訊。

(二)食品知能的理論

美國心理學家布魯姆(Bloom)等人在 1960 年提出認知領域(Cognitive Domain)的教育目標分類表，將認知領域的教學目標的類別，由最簡單到最複雜，由具體到抽象，排成六個層次，依序為知識(Knowledge)、理解(Comprehension)、應用(Application)、分析(Analysis)、綜合(Synthesis)與評鑑(Evaluation)，每一個較簡單的類別都是想掌握下一個較複雜的類別的先決條件。知識(knowledge):對訊息的回憶

- (1) 理解(comprehension)：用自己的語言解釋訊息
- (2) 應用(application)：將知識運用到新的情境中
- (3) 分析(analysis)：將知識分解，找出個部分之間的關聯性
- (4) 綜合(synthesis)：將知識各部分重新組合，形成一個新的整體
- (5) 評鑑(evaluation)：根據一定標準進行判斷

Caswell & Padberg (1992)認為食品標示不單單只是影響消費者的選購行為，更廣泛到消費者的營養攝取、健康飲食及預防食源性疾病的發生。Caswell & Mojduszka (1996) 指出食品所標示訊息能讓消費者了解食物品質及使用特性，也會對市場需求造成影響。國內學者黃秋香 (2013)亦指出食品包裝對於維持產品品質，以及確保食品衛生安全扮演重要角色；而包裝標示於消費者選購食品時，可提供成分、營養、品質與安全等產品資訊。優質友善的食品包裝與標示設計，除吸引消費者注意力外，亦可形塑產品競爭力。

第二節、購買行為之內涵及相關研究

隨著國內外食品安全事件的發生，消費者越來越注重飲食健康及慢性疾病，導致消費者的需求、生活型態都不斷地在改變，因此若深入瞭解消費者購買意願，有助於分析及預測消費者行為傾向與意圖。針對購買行為從四個面向論述如下：

一.購買行為的定義

消費者行為是由心理學上發展出來的由最基本的個人、群體上至組織，包括他們如何選取、使用產品或服務，並滿足其需求之過程；一切與消費者選取、購買產品或勞務過程中有關的活動與影響，即是消費者行為（Williams, 1982）。許多位學者藉由不同的觀點與角度來定義消費者行為，並發展出許多複雜的理論，消費者行為是最終顧客購買產品時，以供給自己和他人使用的購買行為（王嵩容, 2002），消費者行為是人們取得或消費與使用產品或勞務時所涉及的各项內外活動，此活動包括行動前後之決策（范惟翔, 2005）；綜合以上學者之研究，可發現消費者行為觀點雖分歧，但有一個共享之焦點：消費者行為是一種「消費者為了滿足其需求，對於產品或服務所表現出的購買及決策過程的一種行為」，即將消費者行為視為購買決策形成的一個包含選擇、獲取與評估的活動過程。

二.購買行為的理論

購買行為指的是消費者在滿足個體需求時所表現出對於產品、服務、購買、使用、評價和處置等相關行為的決策活動（Schiffman & Kanuk, 2003）。Engel, Blackwell and Miniard(1993)指出購買行為是消費者在取得、消費與處置產品或服務時，涉及各項活動所發生的決策行為。Kotler(1997)消費者在購買行為過程中，會受到消費者本身的文化、社會、個人及心理等內在因素影響，也會受到經濟、科技、政治、文化及行銷廣告等外在因素刺激。消費者過往對於來源的意識較無重視，在購買食品，對於食品標示、標章及營養標示認識欠佳，所以消費者在選購時較不注重查看食品標示及標章，其研究顯示食品知識、態度及行為與性別、家庭月收入、及家庭社經地位有顯著正相關(林薇, 2001)。但幾經重大食安事件後，消費者對食品的標示及政府食品的法規、罰則，除了有些許的無奈，更抱持著殷切的期待。新聞媒體與電子媒體錯誤或扭曲的報導，造成消費者的恐慌、社會成本的增加、台灣美食王國形像的受損，其實質與無形的經濟損失難以估計。因此，企盼藉由政府擬定嶄新的「食安教育政策」，教導消費者如何正確判定食品來源與資訊，已經是「當務之急」而不容忽視。

三.購買行為的內涵

消費者行為中的一個重要因素為購買產品與服務時所涉及的決策過程，消費者以解決問題的態度，來面對各項購買決策，稱之為購買決策過程。

消費者獲得產品相關訊息與售後服務，以幫助進行評估並產生直接的影響，這是一種學習的過程，來自不同資訊來源的各種訊息，對於消費者是重要的，資訊來源提供給消費者品牌認知、信心、服務與態度等品牌印象形成之所需資訊；而當態度與信心形成時，將增強消費者購買的意願，當購買意願到達某種強度，則將傾向產生購買行為；資訊可以經由消費者親友間的口碑或品牌間差

異的區隔訊息、品牌表現等直接影響消費者的評估判斷；而所謂購買意願，其所考量的乃是消費者對某一產品的主觀傾向，即消費者願意去購買該產品的可能性、主觀機率；購買意願是消費者因生理、心理上的需求，而衍生購買產品之意念，再透過產品相關資訊搜集，藉由媒體、產品口碑及從眾行為，形成消費者心中產品價值，進而決定進行購買行為（蘇雅芳，2013）。

(一)購買的場域：

地點的好壞取決於地理位置，是否可以聚集人潮、賣場的設計裝潢則在於吸引民眾入內、而交通的便利性會促使消費者有意願前來選購商品(例如捷運可抵達之場所或有足夠的停車空間設施等)。

(二)購買意願之考量及影響因素：

「民以食為天，食以安為先」，反映出現今民眾選購產品不單純考慮價物美廉，消費者慢慢意識到其他的考量因子，包括：產品外觀、包裝、購物袋、方便性、品牌(周應恒等人，2003)、經濟、信譽、商店印象、道德行為及食品標章與標示等，均會影響其選購商品的意願。宋欣穎 & 鄭如君(2015)報告指出過去消費者因為價廉而購買，現在反是產品越高價，消費者認為品質越有保證，進而提升購買意願(林育則 & 洪詠捷, 2015)。另有影響消費者購買的因素，指向食品長期的信譽度，若廠商堅持部斷提昇食品的信譽、質量及營養，定能獲取讓消費者認同與信賴，且願意持續購買商品，但這需要時間的日積月累才能達成目標(周應恒, 盧凌霄, 耿獻輝, & 南京農業大學經濟與貿易學院, 2003)，由此可見食品的製造商應該審視自主管理且重視食安問題的重要性(Peng, Li, Xia, Qi, & Li, 2015)。避免廠商隨著食安事件發生，媒體的大肆報導，使消費者拒絕購買食品的意願，造成該食品的信譽受損，廠商業績迅速下滑(Peng et al., 2015)。除此之外，Bandara, De Silva, Maduwanthi, & Warunasinghe (2016)也提及消費者在當下選購食品，不再只重視外觀與價錢的因素，更重視營養標示及食品標示。除一般的營養標示外，更有提供消費者做綠色選購之「碳足跡」標籤，雖然目前群眾對這些標誌較為陌生，但這皆是能誘發消費者的購買意願及環保意識(林盈甄，江秀娥和張采蘋, 2015)。所以，消費者對於食品的選購行為，更證明食品標示的重要性，應該將食品資訊標示的淺顯易懂、標準化的格式且色彩鮮豔具有吸引力為原則(Bandara et al., 2016)，使消費者在食安事件中，學習分辨何種標示之產品，可讓自己放心又安心地購買。亦有學者(Deng, 2015)提出大部分的消費者對於廠商製造食品的「道德良心」，仍是最大考量，消費者會以強烈購買慾望來支持有良心的食品，並且購買過程中，消費者對於商品印象良好的回購率(許家祥, 孔方正, 張倩華, & 王翊安, 2010)，是持續不斷成長的。最後要維持消費者的購買意願，還要由廠商建立消費者對己身長期的信任及徹底執行政府的良好食品衛生規範準則。

食品的安全和營養是人們對食品的基本要求，故食品安全是指食品本身對食品消費者的安全性。食品要保證其安全，首要以不具毒性、有害物質，確保食品在適宜環境中生產、加工、儲存和銷售，減少其在各階段所受到的汙染，以保

障消費者身體健康。此外，更需儘量減少食品應有之營養和色、香、味、形等感官性狀的劣變，無摻假、偽造，並符合相應之衛生標準。(陳政忻，2011)。

(三)購買意願之執行力：

標示、營養知識及保鮮的認知，購買行動 (Action) 是整個行銷活動中最重要的一環，潛在消費者對食品驗證標章，縱使有正確的「辨識」、「興趣」、與「慾望」，到最後無任何執行消費的行為，無非是空歡喜一場，如何讓消費者真正「動」起來，才是要追求的最終目的。

陸、研究方法與設計

一、質性深度訪談

本研究欲了解高職生於風險社會情境下的有關食品認知識題，由於認知是由想法概念和課程中情境下產生的，事實與情境無法一分為二，因此本研究欲採用質性訪談方法，在訪談中與受訪者透過對話和互動有關於高職生認知的知識，共享相同的意義與理解。為達到良好的訪談效能並顧及對話互動的開放性與彈性，本研究採取半結構式訪談。「認知」問題則於視訪談的情境脈絡適時提出在訪談中。訪談進行期間自 2016 年 04 月，訪問一位受訪者，訪談時間約一小時。訪談在受訪者學校進行。

二、訪談對象

本研究為求能夠深入了解高職生對食品標示對安全的信任程度，訪談者為某高職食品科教師林老師為訪談對象，透過研究者的豐富的教學經驗去分析高職生的認知對於購買行為之關係。

三、資料分析

本研究進行資料分析時聚焦於兩大主題—「高職生食品認知」和「高職生食品購買行為」。首先透過開放式編碼，逐字、逐句地分析逐字稿，以指認與主題相關之重要、突出的字句，將這些有意義的字句進行編碼。引述逐字稿中具代表性的實例，將研究對象以語言表達的經驗與感受作為資料分析的呈現(呂春嬌，2008)。

由於食品安全問題不斷發生，針對高職生在選購時閱讀標示行為，針對食品標示的認知、態度與行為的研究不多。林薇和李靜華(2005)的研究結果發現成人消費者之食品標示認知欠佳，對於包裝食品上應有之標示項目，及各項標示的意義均認識不清，對於食品包裝上印有的標章(誌)也無法判斷它是否具公信力，故才想了解未來會成為食品行業的基層幹部人員，有無良好的食品認知，而基層幹部應具正確食品認知，是否該增設相關課程之淺談。

1. 目前您覺得對高職生或一般消費者現在大家會注重標示去做選擇做購買商品嗎？

我覺得是這樣子阿，其實恩..政府已經宣導非常多的，大家對這方面的真正的，知道這回事，執行是另外一回事，比較好的方式呢，我就覺得說妳自己到 7-11 或是全家都可以，不管任何超市，甚至於 COSCO 或則是全聯都一樣，你可以

站在那邊十分鐘觀察，每個人購買者他真的會拿那個東西起來去看嗎，可能這十個裡面不到 30%。

2. 高職生的認知是否能減少未來食安的發生頻率？

現在是說他會不會去看是一回事，那能不能買那是另一回事，但至少他知道說這個東西這樣，那可能他是退而求其次，他覺得說他沒有特別說去買，他認為應該要買得東西，可能家裡的經濟狀況，這可以理解，但是至少他是想做那個動作的，那我覺得這個對教育的角度來看，其實就達到一個概念，那哪一天，他將來不是學生的身分，他今天去工作了，他今天成為家庭的長輩了，他可能就會去知道說喔，其實這是很重要的，對，他可能就是在執行力上，或則是身體力行的這個，角度來看，他一定會變得比較好，我覺得這是肯定的。所以其實回過頭來，從教育的根本角度來看，是對一些所謂的職校的高職生來做這樣的課程修訂也好，或則是讓他在高職這個階段，能夠有更好的更新的知識也好。

3. 台灣認證制度跟美國為何差不多，但食安還是頻繁？

其實裡面種點還是在於說，我們廠商對說、寫、做一致性的認知不足，會覺得很煩，所以就不踏實，沒有很確切得去做，才會導致這種情況發生。你會發現說奇怪我以前說過制度本身都沒問題，GMP 制度沒問題，都規定那麼多了，主要還是人做的不確實阿

4. 食品廠商應加強他哪方面呢？

我們講這不是食品安全而是食品企業的良知問題了，所以我們用道德的角度來看，其實某個角度來看良知是企業精神上的提升拉，因為良知這種東西沒有辦法橫架的。做東西就是自己敢吃，不會去害人當有兩個觀念存在，不用這麼多檢驗單位存在了。但這是人性，你擋不住金錢的誘惑，就是這樣。

總節

本研究可藉由高職食品科專業學生之食品認知與消費行為之關聯性，提供教育相關單位在其課程增訂上，有明確的建議，強化高職生在食品知能之專業培訓，培養食品產業基層優秀幹部，面對國內未來不確定食安風暴能嚴格把關。從原料管控、製程監控、品質管控及倉儲及運輸等面向確切執行，讓從事生產線第優質人才，可確保食品衛生之安全無虞，還給消費者一個「吃的安心」的權利。我認為食品認知程度，乃影響選購行為的主要因素。也會隨著受教年齡的增加，食品標示認知提升，此顯示教育若僅著重知識的傳授，也能有效改變學生的認知，現今的教育多注重傳授升學知識，卻忽略學生個人行為的改變或培養，但若要改善青少年食品標示相關選購行為，教學過程除了傳授專業知識外，必須培養食品認知或購買態度，加強建立學生知行合一的價值觀念，期能將所學應用在日常生活上。

參考文獻

1. Bandara, B. E. S., De Silva, D. A. M., Maduwanthi, B. C. H., & Warunasinghe, W. A. A. I. (2016). Impact of Food Labeling Information on Consumer Purchasing Decision: With Special Reference to Faculty of Agricultural Sciences. *Procedia Food Science*, 6, 309-313. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.profoo.2016.02.061>
2. Deng, Xinming. (2015). Understanding Chinese consumers' ethical purchasing decision-making process: A combination of qualitative and quantitative study. *Geoforum*, 67, 204-213. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.03.018>
3. Peng, Yala, Li, Jiajie, Xia, Hui, Qi, Siyuan, & Li, Jianhong. (2015). The effects of food safety issues released by we media on consumers' awareness and purchasing behavior: A case study in China. *Food Policy*, 51, 44-52. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodpol.2014.12.010>
4. 宋欣穎和鄭如君。(2015)。購物袋外觀對購買意願之影響—以服飾業為例。圖文傳播藝術學報(2015)，75-86。
5. 周應恒，盧凌霄和耿獻輝。南京農業大學經濟與貿易學院，南京市，210095。(2003)。生鮮食品購買管道的變遷及其發展趨勢--南京市消費者为什么选择超市的调查分析。[The Change of the Fresh Food Purchasing Channels and Its Trend--An Investigation on why Consumers in NanJing Select Supermarkets]. 中國流通經濟(2003年04)，13-16。
6. 林育則和洪詠捷。(2015)。綠色產品價格與外觀對跨文化消費者購買意願之影響。[The Impact of Green Products' Price and Appearance on Cross-Cultural Consumer Purchase Intention]，行銷評論，12(3)，289-322。
7. 林薇和李靜華。(2005)。青少年對食品營養標示的認知、態度與其選購行為之關係研究。[Food and Nutrition Labeling, Attitudes, and Related Purchasing Practices of Taiwanese Adolescents]。臺灣營養學會雜誌，30(1)，43-53。
8. 林盈甄，江秀娥和張采蘋。(2015)。台灣消費者對碳標籤的認知與購買意願研究。技術服務，26(3)，23-26。
9. 許家祥，孔方正，張倩華和王翊安。(2010)。有機食品消費者認知、商店印象與購買意願之關聯性研究。運動健康與休閒學刊(17)，59-70。