

北部地區農會推廣人員對產銷履歷推行及消費認知分析

吳麗春

摘要

本研究以轄區內基隆市、台北縣市、桃園縣市及新竹縣市農會推廣人員，進行產銷履歷推行及消費認知問卷訪談，發出 590 份問卷回收有效問卷 218 份，分析結果受訪者基本資料受訪者女性佔 40%，男性 60%，年齡以 41 到 50 歲者最多佔 37%，教育程度以大學大專者最多佔 60%。農會推廣人員對產銷履歷政策的推動優缺點認知，了解者佔 61% 非常了解者佔約 18%，農產品生產紀錄需依據 TGAP 內容執行為了解者 33% 及非常了解 13%，對政府推動「作物產銷履歷制度」政策傳播管道認知，政府農業機關為最主要的資訊來源佔 68%，從廣播得知資訊最少佔 3%。認為有助提升食品安全性及有助於市場農產品價格，各佔 50% 和 47%，認為能提升產品管理效率佔 33%；其他意見建議政府應重視對產銷履歷的執行困難，包括認證驗證費用，農友普遍老化紀錄困難，驗證之農產品是否能提高售價，增加農民收益，另消費者能以較高價格購買仍待進一步教育。

關鍵詞：產銷履歷、農會人員、北部地區

前言

消費意識的抬頭，如何提昇消費者對食品的安心感與信任感成為政府農業施政的重要課題（吳，2007），由於農產品生產過程藥物殘留及疫病等，如狂牛症引發國際性食品衛生安全事件問題，嚴重影響消費者的健康，並導致消費者對農業產品的不信任感，為建立農產品可追溯性的產銷紀錄，成為消費者取代傳統以外觀、價格與品質為消費依據的習慣（胡，2005）。

與農產品品質直接相關的優質與安全兩大發展方向，國內及各國都積極建構食品履歷追溯體系的重要性（許，2005）。食品可追溯性制度（Food Traceability System）源於歐洲聯盟，目的是在發生為害食品安全事件後，可以快速有效處理有問題疑慮的農產品。歐盟於 2005 年 1 月 1 日起實施食品訊息可追蹤系統（食品追蹤紀錄管理辦法），歐盟量販店等零售業者不再從未獲得 GAP 認證的生產者購入農產品，並將 2007 年設定為境內食品產銷履歷制度全面義務化之目標年。此後輸出農產品至歐盟的世界各國生產者都必須事先取得 GAP 認證（胡，2005）。

美國自 2003 年起，已規定輸美的生鮮食品必須能夠在 4 小時之內，提供回溯之履歷資訊，否則當場海關有權就地銷毀。而日本於 e-Japan 戰略也已明確指出「在 2010 年前實現所有食品生產履歷」的目標。韓國也已於 2005 年起全面推動環保型農產品實施生產履歷制度，以方便農產品的回溯追蹤管理。而 ISO 組織（International Standard Organization 國際標準組織）2005 年 9 月已完成制定 ISO22000 並公告實施，其中之附屬文件（ISO22005）將規範食品可追溯制度相關內涵（黃，2006）

行政院農業委員會在 2002 年我國加入 WTO，開始規劃推動產銷履歷登錄系統，積極輔導農民通過產銷履歷驗證，其願景為建構「可追溯性」安全、安心的良好農業規範制度的導入發展，從農場到餐桌，即對農產品品質控管流程應自生產端起，以完成制定之良好農業規範為準則，進行實際產銷各個流程階段的履歷情報公開，能讓消費者能對購買之產品產生信賴。且農產品若發生問題時，亦能迅速即時處理，回收問題成品或追溯責任，讓農產品的安全價值提高。開辦初期由政府補助驗證費用，建構產銷履歷農產品之供貨行銷通路。2004 年規劃產銷履歷管理資訊平台，並透過媒體廣宣及教育訓練，完成 64 項與國際操作標準接軌的台灣版良好生產準則 TGAP。2006 年通過行政院農業委員會農產品產銷履歷委託認證實施要點及農產品產銷履歷驗證管理作業要點，2007 年啓用產銷履歷三大農產驗證標章。2007 年驗證機構有 8 家，產銷班及商行通過驗證 23 家。

爲了解農會推廣人員對這項新制度的推行，認知程度、接受度信任度及配合執行意願等，於 2007 年調查區內農會推廣人員，對產銷履歷的認知，做爲本區推行產銷履歷制度的參考。

材料與方法

- 一、蒐集設計問卷相關文獻及調查項目資料。
- 二、調查對象：分析北部地區農會推廣人員對農產品產銷履歷政策推動認知，於 2007 年 5 月至 9 月間，以郵寄或訪談農會推廣人員發出問卷 590 份，回收有效問卷 218 份，統計各項調查次數及比例。

樣本結構 (Sample structure)

問卷發放地區	取樣數 (份)	訪談時間
County/city	No. of respondents	Investigate time
基隆市	4	2007 年 6 月
Jilong		
台北縣市	69	2007 年 8 月
Taipei		
桃園縣市	94	2007 年 8 月
Taoyuan		
新竹縣市	51	2007 年 9 月
Hsinchu		
合計	218	
Total		

三、問卷調查內容：

- 1.基本資料：性別、年齡、教育程度。
- 2.對農產品產銷履歷制度的認知程度：是否知道政府正在推行農產品產銷履歷制度、農產品產銷履歷的意義及內容、具有農產品產地區隔的優點、可追溯性及

迅速處理回收的優點、降低購買風險及釐清法律責任、生產資訊公開及提昇信賴的優點、提升經營效率及農產品效益的優點、促進生產流程及成本合理化的優點、生產紀錄外，尚須完全依據良好農業規範內容執行、需通過產銷履歷的驗證才能標榜是具有產銷履歷之農產品及使用產銷履歷標章。

- 3.對政府推動「作物產銷履歷制度」政策傳播管道認知：電視、廣播電台、報紙、雜誌、政府農業機關、網際網路、親朋好友、鄉鎮農會及大專院校。
- 4.對政府推動「作物產銷履歷制度」其主要目的項目重要性認知：提升資訊的信賴度、食品安全性、產品管理效率及有助於市場農產品價格。
- 5.對目前政府推廣優質安全農業生產，各種標章或認證認知：吉園圃（GAP）標章、有機農產品標章、產銷履歷制度認證、CAS 認證、ISO9000 認證及國產水果品牌認證。
- 6.政府推廣或宣導產銷履歷之重視性及程度：政府對於農產品產銷履歷制度的重視程度、信心、農產品產銷履歷制度成功性及在政策上的積極作為。
- 7.農會要推動農產品產銷履歷制度需要的支援需求：教育訓練、經費補助、專家協助及其他意見。
- 8.農產品產銷履歷制度推動成功關鍵訪談。

四、問卷整理、統計、分析及撰寫報告。

結果與討論

一、受訪者基本背景資料分析

分析受訪者基本資料受訪者女性佔 40%，男性 60%。教育程度高中職者佔 38%，專科及大學者佔 60%，國中及研究所者各佔 1% (表.1)。受訪者年齡，30 歲以下者佔 10%，31 到 40 歲者佔 26%，以 41 到 50 歲者最多佔 37%，51 到 60 者佔 23% (表 2)。

表 1.產銷履歷認知調查受訪者背景資料分析表

Table 1. The background information of the respondents.

項目	次數	比例
Item	No	%
		Ratio
女	88	40
Female		
男	130	60
Male		
國(初)中	2	1
Junior high school		
高中(職)	82	38
High school		
專科及大學	131	60
college		
碩士	3	1
Master degree		

表 2. 產銷履歷認知調查受訪者年齡統計

Table 2. The age of the respondents.

年齡別	次數	比例%
Age	No.	Ratio
30 以下	22	10
under 30 years old		
31-40 歲	57	26
31 to 40 years old		
41-50 歲	80	37
41 to 50 years old		
51-60 歲	51	23
51 to 60 years old		
61 歲以上	8	4
over 61 years old		
合計	218	100
Total		

二、對產銷履歷農產品認知度

調查對產銷履歷農產品認知度，包含是否了解政府正推行的產銷履歷制度，

了解者佔 61%、非常了解者佔 18%，關於農產品產銷履歷意義及內容了解者佔 58%、非常了解者佔 20%，具有農產品地區隔優點了解者佔 50%、不了解者佔 8%，可追溯性及處理回收優點了解者佔 54%，可降低購買風險了解者佔 64%，資訊公開優點了解者佔 61%，提升效益優點了解者佔 54%，促進生產流程優點了解者佔 56%，農產品除生產紀錄需依據 TGAP 內容執行了解者佔 33%、普通者佔 45%，須通過產銷履歷驗證才能標榜產銷履歷標章了解者佔 65%。對產銷履歷各項作業要求認知，平均而言，非常了解者佔 18%，了解者佔 56%，普通了解者佔 20%，不了解者佔 5%，非常不了解者佔 1%。其中不了解產銷履歷對市場區隔及促進生產流程優點高於平均值的 1.5 到 2 倍。而對產銷履歷需依據 TGAP 內容執行是受訪者了解者 33% 遠低於平均值的 56%（表 3）。由訪談資料分析，與產銷履歷決策與執行所需背景資料不是同步有關。

表 3. 受訪者對農產品產銷履歷認知度調查

Table 3. The analysis of awareness of agriculture products with traceability system (TGAP).

項目 Item	非常了解 Know (%)	了解 Understand (%)	普通 General (%)	不了解 Unaware (%)	非常 不了解 Very unaware (%)
是否知道政府正推行的 產銷履歷制度？ Whether knew the government is carrying out TGAP?	18	61	18	2	1
了解農產品產銷履歷意 義及內容？ Understand the TGAP significance and the content?	20	58	18	3	1
知道農產品產銷履歷具 有農產品地區隔優點？ Separate the production area?	14	50	27	8	1
知道農產品具有可追溯 性及處理回收優點？ Traceable and recyclable?	23	54	17	6	0

知道農產品產銷履歷可 降低購買風險？ Reduces the purchase risk？	22	64	8	5	1
知道產銷履歷具有資訊 公開優點？ Information open for public？	22	61	15	2	0
知道產銷履歷具有提升 效益優點？ Benefit for promoting incomes？	17	54	23	6	1
知道產銷履歷具促進生 產流程優點？ About production process？	12	56	20	11	1
知道農產品除生產紀錄 需依據 TGAP 內容執行 According to TGAP？	13	33	45	8	1
知道須通過產銷履歷驗 證才能標榜產銷履歷標 章？ Under the confirmation ？	15	65	15	5	0
平均 Ave.	18	56	20	5	1

三、對政府推動「作物產銷履歷制度」政策傳播管道認知

對政府推動「作物產銷履歷制度」政策傳播管道認知，前 3 項分別為政府農業機關為最主要的資訊來源佔 68% ，鄉鎮農會者佔 34% ，電視者佔 20% ，報紙者佔 15% ，雜誌者佔 14% ，從廣播得知資訊最少佔 3% ，次少為親朋好友者 11% （表 4）。比較國內針對苗栗區消費者獲得安全農產品宣傳管道，有 42% 由報章雜誌及 43% 電視得知（吳，2008），台中區的消費者 51.8% 由報章雜誌，42.5% 及電視得知（張，2008），產銷履歷宣導利用電視、報章雜誌的比例偏低。

表 4. 對政府推動「作物產銷履歷制度」政策傳播管道認知調查（複選）

Table 4. The analysis on idea sources for agriculture products with traceability system

項目	次數	比例	排序
Item	No.	ratio (%)	Ranking
政府農業機關	149	68	1
Government agriculture institution			
鄉鎮農會	74	34	2
From farmer association			
電視	48	20	3
Television			
網際網路	34	16	
Internet			
大專院校	34	16	
Universities or colleges			
報紙	32	15	
Newspaper			
雜誌	30	14	
Magazine			
親朋好友	23	11	
Relatives and friends			
廣播電台	7	3	
Broadcasting station			

四、對政府推動「作物產銷履歷制度」其主要目的項目重要性認知

對推動「作物產銷履歷制度」重要性認知，排序第一的項目為認為有助提食品安全性者佔 50%，其次為有助於市場農產品價格佔 47%。提升產品管理效率佔 33%，提升資訊的信賴度佔 20%，無意見佔 6%（表 5）

表 5. 對政府推動「作物產銷履歷制度」其主要目的項目重要性認知（複選）
 Table 5. The analysis on important cognition project for agriculture products with traceability system

項目	次數	比例
Item	No.	rate (%)
提升食品安全性	109	50
Promote food security		
有助於市場農產品價格	103	47
Promote market farm price		
提升產品管理效率	73	33
Promote product management efficiency		
提升資訊的信賴度	44	20
Promote information faith		
無意見	13	6
Has no opinion		

五、對目前政府推廣優質安全農業生產，各種標章或認證認知

對目前國內已推動的各項標章，吉園圃（GAP）標章、有機農產品標章、產銷履歷制度認證、CAS 認證、ISO9000 認證及國產水果品牌認證的了解程度。其中對吉園圃（GAP）標章了解最多佔 62%，其次為 CAS 認證者 24%，最不了解標章為 ISO9000 認證，佔 43%（表 6）。

表 6. 對目前政府推廣優質安全農業生產，各種標章或認證認知調查
 Table 6. The analysis on various marks or certification for agriculture product cognitive investigation.

項目 Item	了解 Understand			不了解 Unaware		
	次數	比例%	排序	次數	比例%	排序
	No.	Ratio	Ranking	No.	Ratio	Ranking
吉園圃標章 GAP	136	62	1	10	5	
CAS 認證 CAS	52	24	2	10	5	
產銷履歷制度認證 TGAP	45	21	3	33	15	3
有機農產品標章 Organic agricultural product brand	35	16	4	33	15	3
ISO9000 認證 ISO9000	16	7	5	93	43	1
國產水果品牌認證 Domestically fruit brand	5	2	6	62	28	2

六、政府推廣或宣導產銷履歷之重視性及程度

對於政府推動農產品產銷履歷制度的重視程度，32% 有信心，45% 認為尚可，6% 沒信心。對推動履歷制度的信心 33% 有信心，45% 認為尚可，15% 沒信心。對推動履歷制度的成功性，35% 有信心，41% 認為尚可，20% 沒信心。整體而言，受訪者 7 成以上可以感受政府很重視產銷履歷的推動。

表 7. 政府推廣或宣導產銷履歷之重視性及程度認知調查

Table 7. The analysis of cognition investigation of government promotes or guidance for agriculture products with traceability system

項目 Item	很有信心 Very confident (%)	有信心 Confident (%)	尚可 Fair (%)	沒信心 unconfidence (%)	很沒信心 very unconfidence (%)
政府對於農產品產銷履歷制度的重視程度 The government impels for government to promote agriculture products traceability system confidence	3	44	46	6	1
對於政府推動農產品產銷履歷制度的信心 Confidence	2	34	46	16	2
政府推動產銷履歷制度成功性 Success	1	35	41	20	3
平均 Ave.	2	38	44	14	2

七、農會要推動農產品產銷履歷制度需要的支援需求

對農會要推動農產品產銷履歷制度需要的支援需求，教育訓練佔 68% ，經費補助佔 57% ，需要專家協助佔 46% （表 8.）。顯示增加辦理產銷履歷的訓練是農會推廣人員認為最有必要的支援。

表 8. 農會要推動農產品產銷履歷制度需要的支援需求（複選）

Table 8. Support demand of impetus for agriculture products with traceability system.

項目 Item	次數 No.	比例 ratio (%)	排序 Ranking
教育訓練 Education and training	148	68	1
經費補助 Funds	124	57	2
專家協助 Expert to assist	100	46	3

八、您認為農產品產銷履歷制度推動成功關鍵。

經由訪談及其他綜合意見顯示，受訪者多數同意產銷履歷的政策對消費者的利多，建議多辦理消費宣傳活動。由過去執行各種標章的經驗顯示，直接消費者

的認同，方有助於市場區隔及實質上增加農友收益，9 成以上的受訪者建議，產銷履歷推廣活動應消費者導向活動為第一目標。約 7 成推廣人員對於產銷履歷的執行規劃與現實執行法規並不明確，執行內容過於繁瑣，農民的認同度也會影響執行的成效。

部分地區農友已執行其他各種政府標章，而建立地方產業的經營價值，轉換為產銷履歷如何延續原有的品牌價值，有 9 成推廣人員表示關心。對於產銷履歷驗證費用的標準、執行組織化、無電腦基礎之農友獨立執行困難度、政府對此項農業政策落實與執行堅持、未來冒用標章的問題、對於認證後產品價值是否能提昇存疑、目前紀錄的執行對農友難度太高、未列入產銷履歷的輔導項目如何解決？執行項目不能反應目前都會區小農多樣化生產的特性、驗證費用太高、強化二代新農友的執行培養，比解決現有的產銷輔導的問題更急迫。

農會推廣人員反應有關農友的意見部分；農友對驗證公司直接接洽農友感到陌生，農友並不了解合理的費用，對過去農業政策執行透過農會、產銷班及改良場長久建立的關係較習慣。驗證機構對驗證費用的標準不一，農友覺得任人宰割。政府對農友實行產銷履歷應積極辦理相關訓練，讓農友能了解該項業務推動的必要性。產銷履歷如缺乏實際輔導的配套流程，要期待農友在短期內實施落實，會有實質的困難。

目前農友對產銷履歷的政策內容概念模糊，建議農委會應由基層辦理說明會，將產銷履歷的執行內涵與將來實際要執行的各層相關人員說明。農友對於檢驗畜產用藥殘留檢測次數過多，費用轉嫁農友，感覺不符合經濟效益，也對消費安全的把關並無積極的意義。改良場在產銷履歷推行業務上，與過去一貫的輔導關係，基層單位及農友感覺比較明顯的疏離感。CAS 的政策落幕，配套措施要落實。

結論與建議

本研究農會推廣人員建議提供產銷履歷施行推廣方向及地方執行策略的參考，建議以降低執行紀錄的難度及執行項目反應目前北部地區都會化小農多樣化生產的特性。辦理消費宣傳活動，消費者的認同有助於產銷履歷農產品的市場區隔及實質上增加農友收益。農友對產銷履歷的政策內容概念模糊，建議應由基層辦理說明會，將產銷履歷的執行內涵與將來實際要執行的各層相關人員說明。受訪者多數同意產銷履歷的政策對消費者的利多，建議多辦理消費宣傳活動，消費者認同，方有助於市場區隔及實質上增加農友收益，產銷履歷推廣活動應消費者導向活動為第一目標。比較國內針對苗栗區消費者獲得安全農產品宣傳管道，有 42% 由報章雜誌及 43% 電視得知（吳，2008），台中區的消費者 51.8% 由報章雜誌，42.5% 及電視得知（張，2008），產銷履歷宣導利用電視、報章雜誌的比例偏低。未來對產銷履歷的宣導建議應增加大眾媒體管道的利用。

受訪者認為產銷履歷的執行規劃與現實執行法規並不明確，執行內容過於繁瑣是影響執行成效的關鍵，受訪者建議應以紀錄生產流程為主，分類應以作物別為大類，不宜過細；並建議產銷履歷制度以外銷作物為主，再漸進推動內銷農產

品適用。

綜合農會推廣人員受訪者的意見，目前產銷履歷紀錄的執行，對農友難度太高，不符合小農少量多樣化生產的特性、驗證費用太高，將是推行產銷履歷急迫需要解決的三大問題。其次為現行各種政府農業標章，應延續使用，建立地方產業的經營價值，延續原先建立的品牌價值。

參考文獻

- 吳兆揚。2007。苗栗區消費者對有機及吉園圃農產品信賴度及滿意度之研究。95年度農民輔導之研究計劃成果發表會摘要報告（下）79-93
- 吳宏基。2007。因應產銷履歷驗證制度上路。推動農糧產銷履歷資訊登錄作業成果分享。2007 農業資訊科技應用研討會專刊。
- 胡忠一。2005。日本農產品產銷履歷制度概況。中國畜牧，37(11)：19-24。
- 胡忠一。2005。建立我國農產品產銷履歷記錄制度。農業世界，265：30-39。
- 許輔。2005。從開放水果輸中看我國推動生產履歷與食品追溯體系的重要性。農業世界 265：26~29
- 張惠真，陳采晴。2007。台中區消費者對有機及吉園圃農產品信賴度及滿意度之研究。95 年度農民輔導之研究計劃成果發表會摘要報告（下）84-91
- 台灣農產品安全追溯資訊網。<http://taft.coa.gov.tw/>

An analysis of worker of farmer association in north Taiwan on realizing the meaning of agriculture products with traceability system

Li-Chen Wu

Summary

The study employs random-sampling procedure to collect sample observations for analyzing workers of farmer association in north part of Taiwan about buying agriculture products with Traceability System . Questionnaires will send to the supermarket in Taipei, Taoyuan and Hsinchu area, to study their gender and opinions about their satisfaction of agriculture products with Traceability System . The empirical results provide valuable information for formulating marketing strategy to agriculture products with Traceability System and promote consumers participating in buying agriculture products with Traceability System .

Sends out 590 questionnaire , recycling effective questionnaire 218, the analysis result participant basic document participant female accounts for 40%, the male 60%, the age by 41 to 50 years old accounts for 37% most much, the education level accounts for 60% most much by the university technical colleges. About realizing the meaning of agriculture products with Traceability System. 61 % worker understand and understands based on the TGAP content execution for the solution 13 % . Information origin 68 % from government . Thought that is helpful to promote the foodsafety and to be helpful to the market farm price, occupies respectively 50 % and 47 % . Thought that can promote the product management efficiency to occupy 33 % . Other opinions suggested that the government should take seriously the production and marketing personal history execution difficulty, including authentication confirmation expense, agricultural friend universal aging record difficulty, agricultural product of the confirmation whether can raise the selling price, increases the farmer income, another consumer could still treat by the high price purchase further educates.

Key words : traceability system, worker of farmer associations, north Taiwan.