

摘要

近年來層出不窮的食品安全衛生相繼出現問題，消費者逐漸意識到平時所吃的東西到底如何產出的，也因此對於飲食健康更加重視，天然有機的產品漸漸獲得消費者的青睞，尤其在越來越普及的有機蔬菜部分，消費者有了更多購買管道，本研究小組在一段因緣際會下，認識了一位身處屏東縣原鄉部落的黃牧師，僅僅用個人單薄之力，引進有機蔬菜栽種技術協助原鄉朋友進行有機蔬菜的栽種，並且協助銷售產品，經過實地探訪後，本小組深深被黃牧師那份無私奉獻的心所感動，因此，特將本研究個案在銷售過程中所遇到的困難加以整理，針對消費者對於有機蔬菜購買意願的影響因素進行探討，期使能夠提供個案在未來銷售方針上的制定，為社會關懷盡上微薄之力。

本研究針對 20 歲以上一般消費者與參與教會活動之有能力購買者，做為調查對象，採非隨機抽樣方式中的便利抽樣法進行問卷調查，共計發放 450 份問卷，回收問卷 330 份，回收率 73%，合計有效問卷 330 份，問卷有效率 100%。

研究結果分析有機蔬菜消費者的知覺品質、知覺價格、知覺價值、健康意識、環境保育認知對於購買意願皆有顯著影響，並且在人口統計中的年齡、教育程度、家庭平均月收入、有無食用經驗，在購買意願上達到顯著差異，因此本研究建議(1)加強產品品質，建立分級制度、(2)適時調整銷售價格、(3)推行田園觀光行程、(4)推行認證制度、(5)利用網路資訊加強宣導、(6)針對消費族群依年齡、教育程度、家庭收入、有無食用經驗進行分級。作為爾後實務銷售上的參考。