

桃園區農業改良場轄區內 農業推廣工作的方向及特色

■邱發祥

一、前言

本場為全省六個區農業改良場之一，位於本省西北部地區，服務區域範圍包括台北、桃園、新竹、苗栗四縣、基隆、新竹兩市，以及院轄的台北市等七縣市96鄉鎮市區。本區氣候在最北部之基隆市及台北縣東北部地區為多雨、高濕、少日照，年雨量大部份在2,000～3,000公厘之間，山區更多，可達5,000公厘；年平均氣溫約22°C，一月最冷，月平均氣溫15°C，七月最熱平均約28°C，台北市、台北縣其餘地區與桃、竹、苗等縣市之氣候特徵為東北區與西南區之過渡性質；年雨量1,500～2,500公厘，夏季雨水較多，冬季亦不乾旱，因面臨大陸極地氣團南下之衝，冬季氣溫低，沿海一帶冬季東北季風甚強。轄區土地總面積703,007公頃中，平原最少，祇有150,965公頃（21.47%），山坡地區最廣達321,485公頃（45.73%），其中耕地面積由於工業之發展、都會區之擴大、交通道路之興建等等因素，致呈顯逐年減少中，至民國80年統計之耕地面積為157,072公頃，占土地面積的22.3%。

桃園區之農業已漸漸走向都會區農業發展型態，此可由農業從業人口之變遷以見端倪。全轄區內有8,825,699人之設籍人口，占台灣區總人口（20,556,852人）之42.93%，有廣大的消費大眾是本區最大特色。農戶數146,609戶中專業農家戶數偏低，祇有14,820戶的10.11%。農業經營主年齡及教育程度統計結果顯示：以中老年齡者（45歲以上至64歲以下者）有84,794人為最多，占57.84%，其次則是65歲以上之高齡者，占23.42%，以致農村勞動力呈現老化與不足。依據台灣農業年報71

年之統計知：本區農業經營主依年齡分佈為20～44歲間者占36.62%、45～64歲間占53.73%，而65歲以上者只有9.65%，顯示本區農場經營主在十年間之重大變遷；青年農民減少48.83%，而高齡（65歲以上）農場經營主增加142.69%，此亦為與本省其他地區顯著差異之所在。農場經營主教育程度以小學畢業者為最多數，達61.99%，惟十分可喜的事實是，近年來有多數高學歷者加入農業生產行列。據台灣農業年報自民國71年開始本項目之統計時，桃園區農場經營主中，大專以上學歷者祇有1,324人（占0.94%），中學（包括初、高中）畢業者為16,253人（11.46%），而十年後的民國80年則為：大專以上學歷者人數增加一倍多，而有3,122人（占2.13%），初、高中畢業者合計更高達30,402（20.93%），分別比民國71年增加1,798人（+135.8%）及14,149人（+87.05%）。

認識環境瞭解區域特性為擬訂農業推廣工作方向之前提，謹將本區農業環境與特性概述如上。茲將本區今後之農業推廣工作方向及特色，從農業生產與農民所得、農業推廣教育、農業經營與農產運銷等三方面概述如次。

二、農業生產與農民所得

桃園區農業發展係隨著農業生產環境與結構之變遷，以及市場之需求而不斷的改進與調整。本區主要作物的生產現況，作物別生產面積仍以水稻為最大宗，有92,093公頃，占全省的21.48%，依次為短期及長期蔬菜計有19,525公頃、柑桔類（桶柑、椪柑、柚等計有

8,129公頃)，西瓜、香瓜、水梨，食用甘藷、花卉、柿、桃及本區素享盛名之草莓等。今後之發展走向，在台灣省地區農業發展方案下，就各縣市地理人文條件、農業資源及發展潛力，以適地適作之原則進行規劃，並依據訂定之12大項發展目標項目積極輔導實施，以期達致生產企業化、生活現代化、生態自然化之目標外，由於本區擁有全台灣地區42.93%之大量消費人口、位居全國行政、經濟、文化之中心地區，加上近年來國民所得之提高，無論都市或鄉村之生活水準均普遍提升，消費需求種類趨向多樣化及產品精緻化，經多年試驗研究結果已研訂「蔬菜」及「花卉」為今後本區農作物試驗研究與推廣輔導之主要重點目標。

「提高農民所得」為政府農業政策目標。依據農業年報統計，本區農家總所得年平均每戶可獲531,682元，農家平均每人年所得為121,185元，而分別高出全省平均數達36.74%及23.65%，且已縮減了與非農家每戶及每人所得之差距。惟從農家所得來源分析可明顯看出：農家總所得中農業所得所占百分比甚低，而絕大部份來自農業外之收入。各縣市之平均農業所得百分比分別為：以新竹縣之39.30%為最高，依次為新竹市（34.75%）、苗栗縣（34.58%）、台北縣（33.19%）、桃園縣（25.94%），而以基隆市為最低，僅占4.37%。而農家總所得中，占高比率之農業外所得的來源項目，則以薪資所得占54.51~83.48%之間為主要之來源。由上述數值似可說明為：兼業農家之所得高於專業農家，因此，今後如何加強輔導專業農家提高經營效率，以及如何協

助兼業農家離農或降低其經營成本，應為今後推廣輔導重要課題之一。

三、農業推廣教育

(一)青年農民的培育與輔導：

近年來工商業的快速發展，農業在產業結構中的競爭力相對降低，然而農業仍是整體經濟發展的基礎，極需延續與成長，培育高素質的青年農民，以現代化、企業化與科學化的方式經營，為農業轉型及提升農業競爭力的必要條件，故配合創業青年及專業訓練計畫的實施，辦理各類別之農業專業訓練及輔導農村青年申請創業低利貸款，使具有現代化的經營能力、生產技術與資金，從事農業經營，成為核心農民，並帶動地方之農業發展。

(二)核心農民的組織訓練與活動：

加強輔導各基層農會確實指導各農事研究班、四健作業組、家事改進班，強化其組織與教育活動，並配合農民需要，適時辦理講習訓練及觀摩研習等。

(三)農村生活改善：

1.本轄區內都市型之農村占多數，輔導農家在都市型家庭生活中，強化家庭人倫之重視，尤其是夫妻婚姻之和諧、親職教育與親子關係。

2.在保有農村純樸悠美之景觀下，改善或更新農家住宅、農村社區之整體規劃，尤需重視環境保護，減少污染及垃圾分類，建立風光明媚、衛生健康的現代化農村風貌。

3.農村高齡者服務與調適輔導，農村高齡者逐年快速成長，隨之而來的高齡者生活與身心之輔導與服務，將為農村生活改善之重要工作方向。

(四)提昇農業推廣人員工作指導能力：

藉由農業推廣人力訓練及發展計畫的實施，提供農業推廣工作人員自我充實與成長的機會，增進在職推廣人員新知識與工作指導能力，以提高其辦理農業推廣工作效率。

(五)消費者教育與服務：

本區八百多萬之消費大眾，係為本區推廣教育重要工作對象與特色。農業生產已走向以消費為導向之產業，以消費大眾需求之種類、數量、品質與層次作為擬訂輔導生產計畫之依據，以確保產銷平衡與維持合理利潤。同時，除需供應優良品質、安全健康之產品外，更需利用各種促銷活動，以介紹各項農特產品，提供消費者產品供銷訊息，以及正確之處理、利用等有關資訊，以嘉惠生產者與消費大眾。

(六)農業產銷資訊之蒐集與服務：

現代之農業推廣人員，應知所採用進步之科技設備，蒐集所有可能獲取之產銷資訊，進行研究分析與審慎研判後，以不同層次之服務對象選取最適當、最有效之傳播媒介或方法或管道，以提高服務、指導績效。

四、農業經營與農產運銷

(一)農業產銷經營組織整合與輔導：

歷年來農政機關團體為執行農業建設或農業推廣計畫之需要，分別輔導農（漁）民組成各類農業推廣或產銷經營組織，其中甚多組織

重疊或歷經多年人事變遷班組仍存，而缺成員或處靜置狀態而無任何班組織之活動者，致影響農業施政績效頗鉅，亟需通盤清查規劃整合，並予加強培育輔導，以落實組織發揮功能，期有效執行農業綜合調整方案相關措施，達成農業施政與提昇農民所得之目標。

(二)全面動員降低生產成本：

自由化已成為國際上各國貿易往來不可避免的趨勢，尤其近年來我國為突破對外貿易的障礙，努力不懈冀求加入以推動貿易自由化為宗旨的「關稅暨貿易總協定（GATT）」，無論成功與否，在貿易自由化的趨勢下，我國必須開放國內市場乃是無可避免的，因此，在國內農產品生產成本偏高的情形下，未來國內農產品必將面臨進口農產強大的競爭。為了維護農民權益及基本糧食安全，雖然在自由化過程中政府仍會適度地給予農業及農民合乎國際自由貿易規範下之保護，但僅為短期治標措施，長期間之治本方法，一方面除了執行農業生產零成長計畫，以穩定農產品供給量，並提升品質，使農產品價格回升外，另一方面就是要降低農產品產銷成本，以提高產品在國內外市場的競爭力。

(三)推動永續農業，維護自然生態：

農業利用自然資源，提供了維持生命所需的營養食物。但是由於現行農業耕作方法，著重於追求農產品之生產利潤，為提高農業生產，長期施用大量的化學肥料及農藥等，引起農地劣變及環境污染。因此農耕技術需要調整，以減少環境污染及提高農產品品質，並使農業能永續發展。近年來歐、美、日等先進國家，即積極提倡「永續農業」，所謂永續農業可說是兼顧自然環境保育，及自然資源之再生與生

態平衡之農業，也就是能夠永遠繼續生產的農業，沒有環境污染及「地力透支」的農業。具體作法包括多施有機肥料、有效使用水土資源及利用生物技術防治病蟲害等。

(四)發展觀光休閒農業，擴大農業服務領域：

現代社會由於工作形態、經濟結構之變化，致使追求休閒生活之滿足，成為重要之生活品質指標。每逢假日民衆紛紛走向戶外，投入大自然，以鬆弛緊張的身心，冀求再創新活力。因此為迎合社會的需求，農業將由過去初級產業的領域，擴大到提供休閒健身的三級產業。特別是發展產業觀光，如觀光果園、觀光花園、觀光茶園、休閒農場，並有效利用森林、漁業資源，發展森林、海洋遊樂等。以使農業經營多元化，提高農民所得，促進農村發展。並讓大自然的美好，能使民衆在享受之餘，達到健身、教育之目的。

(五)輔導農特產品分級、包裝及建立品牌：

農產品因受天候、栽培環境的影響，其產品品質不一，為適應市場的需求，必須加以分級，以求產品品質的均一；又為因應運輸及銷售上的需要，須予妥善的包裝以保護品質；同時利用包裝設計品牌標示，以建立產品市場信譽與知名度，促進產品銷售效果。

(六)建立以農會為中心之農產品產銷一元化網路：

多年來之農特產品產銷計畫之規劃，幾乎均朝單一目標——運銷台北大都會。現今全省各縣市，尤其北部各縣市居民之生活水準日益提高，其消費型態與需求，亦不斷的提升，是為全面發展精緻農業及供銷高品質農特產品的廣大市場，值以積極研究規劃。

鄉鎮農特產品生產受種類、季節、數量等限制，故健全的產銷體系，以縣農會為中心最妥適。其網路架構為：輔導各鄉鎮農會擴大原有農民購物中心營運項目為生鮮超級市場，並在各轄區內依據人口及消費需求，分設超市數處，供銷本鄉內生產為主及鄰近鄉鎮為輔的農、林、漁、牧產品。鄉鎮間以及縣市間農特產品互通有無之貨源調查、集貨、處理及調配供應，則由縣農會成立之農特產品調配中心總其成，形成健全的農特產品產銷一元化網路。

