

農產品產銷組織經營措施及效益調查研究報告

蔡敏嘉 邱發祥 李洪書

摘要

本研究以調查具有績效之產銷經營組織，產業對象包括茶業、蔬菜、梨、柑桔，結果顯示產業別產銷組織班員耕地面積蔬菜班最少平均僅0.35公頃，茶葉班最多達3.28公頃相差近10倍，但每戶年收益茶葉班反不如蔬菜班，蔬菜班為88.76萬元，茶葉班50.68萬元；產銷班的組成主要為指導員主導參加者佔37.6%，指導員指導產銷技術獲得肯定佔75.9%，可見一個成功的產銷班背後必有良好的指導員在推動。產銷經營功能經卡方分析達顯著水準有「更新品種」及「土壤分析」，達非常顯著水準有「減少病蟲害」，達極顯著水準者有「產期調節」等四項，產銷班員對上述四項功能認為有幫助者，平均在90%以上，顯示班員參加產銷經營班後，在有關機關輔導下生產技術改進已發揮功能，今後試驗研究機關更能以此項目加強試驗嘉惠產銷班及全體農民。

前言

台灣農業產銷組織發展，自五十年代開始依次推動農場共同作業、水稻綜合栽培、病蟲害共同防治及共同經營等業務，以及部份地區則將農事研究班改為共同經營班，隨著由注重生產方面組織，改為同時注重經營與運銷方面的產銷經營組織⁽¹⁾。

由於農業生產與其產品之消費特性，農業對經濟成長的貢獻在整個經濟成長的過程中比重有逐漸降低趨勢，在農產品價格偏低、農民收益也隨之偏低，因此農業生產型態與政策方向擬定，必須兼顧農產品產銷的核心問題。農業產銷工作的推行，主要乃在透過有效的產銷及組織經營方式，達到產銷效率化，以謀求農產品價格合理化、提高農民收益、促進農業生產資源有效利用與改善農業生產型態之調適方向⁽³⁾。過去政府輔導各種不同農產品產銷組織，包括各種不同作物、畜產、水產等，近年來由於社會變遷而改組或因組織健全經營功能擴大，確實對生產成本降低與共同運銷之功能有顯著效果⁽²⁾。

本研究計畫採問卷調查方式，收集歷年所成立較為成功之產銷組織經營資料，以瞭解其成功背景和產銷經營功能，目的在於將研究成果及輔導績效資料提供相關單位，以做為提高產銷經營效率之參考。

研究方法

一、調查對象

本調查研究對象以轄區內自60年起組織之農特產品產銷經營研究班，產品包括茶葉、蔬菜、柑桔、冬梨等，目前產銷班組織運作功能良好，過去曾受過政府計畫輔導績效良好之產銷班班員，抽樣分佈為桃園縣：龜山茶葉產銷班、桃園市蔬菜產銷班，新竹縣：芎林鄉柑桔產銷班，苗栗縣：三灣冬梨產銷班，在各鄉鎮市各抽樣40~50位班員，4鄉鎮市共抽樣產銷班員192人，作為訪問調查對象，抽樣產銷經營班特色概要：

1. 龜山茶葉產銷班：龜山農會於民國70年起輔導該鄉茶農組織茶葉研究班，針對茶園管理、品種更新及製茶技術等問題加強輔導，至72年起結合鄉內三個村成立產銷共同經營班及茶葉產銷服務隊，核心隊員22人，面積829公頃，並接受鄰近一般農戶之委託面積20公頃，建立茶葉自產自銷，統一品牌「壽山茶」於74年起試銷日本甚受好評，該產銷班員曾參加全省及縣多次製茶比賽獲得冠軍或第二名，並有多位班員榮獲十大傑出專業農民⁽²⁾。
2. 桃園市蔬菜產銷班：民國45~76年為農事蔬菜研究班，於民國77年改為核心農民蔬菜產銷班，全市15班，班員179人，民國78年加強改進設施園藝蔬菜成立精緻蔬菜產銷隊，目前有5班班員51人，並辦理集中栽培，在分工方面分為生產作業組、分級包裝作業組、運銷作業組、總務組、辦理共同運銷及直銷，毗鄰設施蔬菜產銷經營1.5公頃1處，1公頃有2處具示範效果，該產銷經營班在夏季蔬菜供應與小包裝直銷超市頗具成效，班內並有統一商標及蔬果農藥殘毒快速檢驗站，供應產量穩定無污染的精緻栽培健康蔬菜⁽²⁾。
3. 芎林柑桔產銷班：民國72年以前為一般農業研究班，該鄉生產之柑桔產品品質極差，係因過去缺乏妥善管理包括各項整枝、施肥和蟲害防治均不得要領，但在72年7月起透過農會協助農民組織柑桔產銷共同經營班，四班班員54人，面積41.4公頃，統一請專人辦理整枝及加強果園管理，柑桔品質提昇，73年開始共同運銷，以芎林海梨柑為統一品牌結果年產值達2,200多萬元以上，目前班員232人，面積550公頃，芎林海梨柑亦聞名全省⁽⁴⁾。
4. 三灣冬梨產銷班：由改良場專案輔導60年成立產銷經營研究班，班員才17人面積10公頃，每年產值不足100萬元，目前全鄉冬梨面積230公頃，班員250人透過農會辦理共同運銷，以共同計價方式辦理，全國聞名，每年共同運銷產值在3,000萬元以上，並配合在產地觀光據點直銷每年約2,000萬元。因冬梨價值不甚高，78年起推廣高接梨約50公頃，對提高品質及售價甚有助益⁽⁹⁾。

二、調查內容

1. 班員基本資料：包括年齡、耕地面積、全年農業收入、教育程度、家庭人口、勞動力、農地分散情形、農業專業化程度、社會經濟地位等。
2. 參加產銷組織經營及運作：包括班員參加產銷組織目的、社會關係、參加產銷班原因、指導員功能、班員間關係、幹部產生方式、班員共同農機具、產銷班基金積立方式、班產品銷售方式、品牌建立等。
3. 產銷組織對產銷工作功能程度：分對提高生產技術方面、對資材運用與購買方面及對分級包裝與運銷方面等各項不同層面作不同程度考量。
4. 產銷組織綜合功能之評估。

三、資料分析

本研究之資料係以社會科學統計程式(SPSS)作為處理工具，並配合使用簡單次數、百分比、平均數、卡方檢定(χ^2)處理資料。

結果與討論

一.產銷經營組織班員基本資料分析

1. 班員年齡、耕地面積及農業全年收入比較：在調查192位班員中平均年齡為53.72歲，其中以蔬菜班年齡較低僅47.36歲，柑桔班年齡最高平均年齡為58.48歲。耕地面積方面蔬菜班班員平均耕地面積最少僅0.35公頃，茶葉班面積最多達3.282公頃，調查產銷班班員192人平均面積1.9公頃，比全省農戶平面積1.1公頃高出很多，在全年農業收入由表1可看出蔬菜班雖然耕地面積狹小又較年輕，全年農業收入平均達88.76萬元，反觀柑桔班平均面積達2.16公頃，全年農業收入平均僅34.53萬元。

表1.農產品別班員年齡耕地面積及農業全年收入調查

Table 1. The age of member, area of cultivated land and annual income of four crops production & sales teams.

項 目	蔬菜班	茶葉班	梨班	柑桔班	平均
年齡(歲)	47.36	53.28	54.74	58.48	53.72
耕地面積(戶)	0.35	3.28	1.81	2.16	1.9
全年收入(萬元/戶)	88.76	50.68	49.64	34.53	54.46

2. 班員教育程度：根據調查班員教育程度以蔬菜班初中程度以上者佔54.7%為多數，但仍有21.5%不識字，柑桔班教育程度較低，初中以上程度僅8人佔該班18%，綜觀各班以國小程度最多，調查192人中有117人佔60.93%(表2)。

表2.參加產銷班班員教育程度調查

Table 2. The education status of farmers with four crops production & sales teams.

教育程度	蔬菜班	茶葉班	梨班	柑桔班	平均
高 中	8(19.0)	6(12)	7(14)	1(2)	22(11.46)
初 中	15(35.7)	10(20)	6(3)	8(16)	39(20.31)
國 小	10(23.8)	33(66)	36(72)	38(76)	117(60.93)
不識字	9(21.5)	1(2)	1(2)	3(2)	14(7.30)
合 計	42(100)	50(100)	50(100)	50(100)	192(100)

註：單位：人／%

3. 班員農地分散情形：蔬菜班由於耕地面積狹小平均僅0.35公頃，農地亦較集中88.1%，茶葉班及柑桔班耕地面積平均高達2公頃以上，惟較分散，班員農地分散3~5處以上者高達36%~38%，集中1處僅佔28~32%之間。

表3. 產銷班員農地面積分散情形

Table 3. The number of places with four crops production & sales teams.

分散處數	蔬菜班	茶葉班	梨班	柑桔班	平均
1 處	37(88.1)	14(28)	18(36)	16(32)	85(44.3)
2 處	4(9.5)	18(36)	20(40)	15(30)	57(29.7)
3 處	0	13(26)	5(10)	13(26)	31(16.1)
4 處	1(2.4)	3(6)	1(2)	4(8)	9(4.7)
5 處	0	2(4)	6(12)	2(4)	10(5.2)
合計	42(100)	50(100)	50(100)	50(100)	192(100)

註：單位：處／％

4. 班員家庭人口及勞動力：參加產銷班平均家庭人口7.47人，其中桃園蔬菜班位於都市邊緣平均家庭人口最少僅5.98人，柑桔班最多8.32人，相差2.44人。勞動力方面產銷班平均每戶有3.38人，其中女性勞動力平均在1.36人以上，可見女性勞動力在農業生產為一股不可忽視的力量。

表4. 班員家庭人口及勞動力

Table 4. The family size and number of labor per household with four production & sales teams.

項 目	蔬菜班	茶葉班	梨班	柑桔班	平均
家庭人口	5.98	7.35	8.22	8.32	7.47
全戶勞動力	2.52	3.10	3.98	3.80	3.38
	男(1.52)	男(1.83)	男(2.22)	男(2.375)	男(2.02)
	女(1.00)	女(1.27)	女(1.76)	女(1.425)	女(1.36)

註：單位：人

5. 產銷班員專業化程度：參加產銷班農戶在專業化程度屬於專業農民137人佔71.3%，其中蔬菜產銷班專業程度最高佔90.4%，而以梨產銷班專業化程度最低僅21人佔42%；以農為主的兼業農佔22.4%，非農業為主兼業農佔6.3%，顯示參加產銷班班員其農業專業化程度比一般農戶(根據81年臺灣農業年報調查臺灣省農業專業農戶僅佔14.3%)高出許多。

表5. 參加產銷班班員專業化程度

Table 5. The professional levels of four production & sales teams.

專業化程度	蔬菜班	茶葉班	梨班	柑桔班	平均
專業農民	38(90.4)	37(74)	21(42)	41(82)	137(71.3)
以農為主兼業農	2(4.8)	12(24)	27(54)	2(4)	42(22.4)
非農為主兼業農	2(4.8)	1(2)	2(4)	4(8)	9(6.3)
合計	42(100)	50(100)	50(100)	50(100)	192(100)

註：單位：人／％

6. 參加產銷班班員社會地位：參加產銷班班員在社會地位評量方面，以鄉村型之梨班及柑桔班較高，佔34~36%之間為上者，蔬菜班因位於都市近郊屬於上者沒有，綜觀參加產銷班員在社會地位在「中」以上者佔75%，可見產銷班員社會地位在地方上不容忽視。

表6. 產銷班員社會地位調查

Table 6. The social status of four crops production & sales teams.

社會地位	蔬菜班	茶葉班	梨班	柑桔班	平均
上	0	1(2)	17(34)	18(36)	36(18.8)
中上	12(4.8)	7(14)	21(42)	15(30)	45(23.4)
中	18(42.8)	28(56)	5(10)	12(24)	63(32.8)
中下	20(47.6)	14(28)	1(2)	4(8)	39(20.2)
下	2(4.8)	0	6(12)	1(2)	9(4.7)
合計	42(100)	50(100)	50(100)	50(100)	192(100)

註：單位：人／%

二. 參加產銷共同組織及運作情形程度分析

1. 班員參加產銷共同組織目的調查192人中(複選)有166人認為得到新技術為主要目的佔86.4%，其他依次為降低生產成本佔57.6%，得到補助器材佔56.0%，參加共同運銷佔54.2%，設施共同利用僅佔42.9%(表7)，可見班員對新技術之殷切，試驗研究改良機關對產銷共同經營佔極重要地位。參加產銷班原因由指導員勸說參加佔37.6%，依次為班員自行組合佔33.9%，自己向農會報名佔16.9%，其他由班長或班員勸說，參加均未超過10%，指導員在產銷班組織有其重要性，故指導員的優劣或農會對指導員的工作調動均能影響產銷班的組織(表8)。

表7. 參加產銷經營班的目的

Table 7. The purpose for joining the production & sales team.

參加目的	人 數 (人)	百 分 比 (%)
得到新技術	166	86.4
設施共同利用	83	42.9
補助器材	107	56.0
參加共同運銷	105	54.5
降低生產成本	111	57.6
其他	3	1.6

表8. 參加產銷經營班原因

Table 8. The reason for joining the production & sales team.

參加原因	人 數 (人)	百 分 比 (%)
自己向農會報名	33	16.9
由指導員勸說參加	72	37.6
班長勸說參加	16	8.5
班員勸說參加	6	3.2
班員自行組合	65	33.9

2.班員間的社會關係以鄰居佔74.5%最高，依次為產品相同佔46.9%，朋友佔45.8%(如表9)，產銷經營班幹部產生方式以班員定期選舉產生75.0%，農會推薦班員表決僅佔12.5%，產銷班之選舉屬相當民主(表10)。至於對班長的滿意程度達到滿意以上者佔90%，可能班長為自己選擇產生之故(表11)。

表9.班員間社會關係

Table 9. The social relationship between member of production & sales team.

班員間社會關係	人 數 (人)	百 分 比 (%)
親 戚	63	32.5
鄰 居	143	74.5
朋 友	88	45.8
因產品相同	90	46.9
參加後認識	29	15.2

表10.產銷經營班幹部產生方式

Table 10. The method of election with the leader of production & sales team.

班幹產生方式	人 數 (人)	百 分 比 (%)
班員定期選舉	144	75.0
農會指派	4	2.1
農會推薦班員表決	24	12.5
班員輪流	3	1.6
多年留任	17	8.9

表11.班員對班長的滿意程度

Table 11. The satisfactory level with the leader of production & sales team.

對班長的滿意程度	人 數 (人)	百 分 比 (%)
非常滿意	2	1.1
很滿意	56	28.9
滿意	117	61.0
普通	14	7.5
不滿意	1	0.5
不適用	2	1.1

3.指導員對產銷班的主要指導工作是產銷技術佔75.9%，依次為開班會佔61.6%，班務計畫佔53.2%，爭取補助亦佔40.9%(表12)；班員對指導員的角色仍最為看重產銷技術之指導，對爭取補助只佔第四位。

表12.農會指導員對產銷經營班的主要指導工作

Table 12. The major task of the guide of farmers association to production & sales team.

指導員的主要指導工作	人 數 (人)	百 分 比 (%)
開會及記錄	118	61.6
班務計畫	102	53.2
產銷技術	146	75.9
資金運用	50	26.2
爭取補助	77	40.3

4. 在蔬菜、茶葉、梨、柑桔產銷班內共有農機具以包裝機佔71.6%，比例最高，其他如噴霧機、搬運車、耕耘機僅佔20~30%之間(表13)，對於班內共同設備以集貨場最多佔58.6%，其他如倉庫、冷藏庫、班辦公室僅佔24~40%之間(表14)，由班農機具與班內設備仍以共同運銷設備之包裝機、集貨場最多，產銷班生產產品銷售設備列為第一優先。

表13.目前班內共有農機具

Table 13. The agricultural machineries owned by production & sales teams at the present.

共有農機具	人 數 (人)	百 分 比 (%)
搬運車	55	28.6
噴霧機	74	38.5
包裝機	137	71.6
耕耘機	48	24.9
加工機器	19	10.1
其他	22	11.7

表14.班內共有設備

Table 14. The facilities in production & sales teams.

共有設備	人 數 (人)	百 分 比 (%)
倉庫	47	24.4
冷藏庫	66	34.2
集貨場	113	58.6
班辦公室	78	40.4
其他	8	4.4

5. 產銷班能夠延續及班組織堅強、班基金有無為主要原因之一，調查各產銷班公基金有6~20萬之間，積立方式以人為單位收取最多佔35.3%，依次為以交易量收取佔33.1%，以經營面積收取佔24.7%，認股者佔20.2%，自由樂捐仍有15%(表15)。

表15.班內公基金積聚方式

Table 15. The method of accumulating fund in production & sales teams.

公基金積聚方式	人 數 (人)	百 分 比 (%)
認股	39	20.2
以人為單位收取	68	35.3
以經營土地面積為單位收取	47	24.7
以交易價量收取	64	33.1
自由樂捐	29	15.0

6. 產銷班產品銷售方式以部份共同運銷佔46.1%最多，完全共同運銷佔30.1%，班員自銷佔28.5%，仍有9.5%賣青幾乎佔一成左右(表16)，產品賣青銷售方式最為不合理，有待加強宣導班員避免賣青。班內共同資材購買方式由班會決定辦理佔57.3%，指導員指導班員辦理佔24.7%，農會辦理者僅佔17.4%(表17)，產銷班購買資材仍相當自主是為好現象。

表16. 班內產品銷售方式(複選)

Table 16. The method of marketing products in production & sales teams.

產品銷售方式	人 數 (人)	百 分 比 (%)
賣青	18	9.5
部分共同運銷	89	46.1
班員自銷	55	28.5
完全共同運銷	58	30.1
其他	15	7.7

表17. 班內共有資材的購買方式

Table 17. The method of purchasing material in production & sales teams.

共有資材購買方式	人 數 (人)	百 分 比 (%)
由農會辦理	33	17.4
班會決定辦理	110	57.3
班長決定	1	0.6
農會指導員 及班員合辦	48	24.7

7. 本次調查蔬菜、茶葉、柑桔、梨產銷經營班對產品品牌建立佔80.2%(表18)，對於產品銷售有正面影響，符合政府推行一鄉一特產建立商標品牌之政策。

表18. 班的產品是否已建立品牌

Table 18. The status of establishing products brand for production & sales teams.

產品是否建立品牌	人 數 (人)	百 分 比 (%)
是	154	80.2
否	38	19.8

三.參加產銷經營班的效益

1.產銷措施：「效益」是農民參加產銷經營班的終極目標。效益有「有形」與「無形」兩方面。且不論有形與無形，都無法以具體數字逐項表達。僅能就班員個人的經驗作統合分析。本研究乃就蔬菜、茶、梨、柑桔等四個產銷經營班192張有效問卷，對各項產銷措施及功能的評價作綜合效益分析。

經分析結果，認為參加產銷經營班後對各項產銷措施表示「有幫助」的人數平均為51.1～65.3%，認為「很有幫助」的佔17.8～45.7%，認為「沒什麼幫助」的佔1.6～19.3%，認為「完全沒有幫助」的僅0.5～1.1%。可見產銷經營班的措施，已受到絕大多數班員的肯定(表19)。

2.效益檢討：經卡方分析，大部份差異不顯著。僅「更新品種」與「土壤分析」兩項達顯著水準，「調節產期」與「共有農機具對節省購買成本」兩項達極顯著水準，「病蟲害減少」、「共有設施使用」、「產品分級」、「配合農政措施」及「爭取農會貸款」等五項達非常顯著水準，其中以茶業產銷經營班對其班組織功能的評價最高，在受訪班員中，除了對「共有設施使用」僅42.6%表示「有幫助」和「很有幫助」之外，對「更新品種」多項功能，表示「有幫助」和「很有幫助」的人數，均在92%以上。

對產銷經營班功能評價較低的是「梨」班，在受訪班員中，僅對「共有設施使用」、「品種更新」、「土壤分析」兩項較多肯定(6-10%人數表示「很少幫助」)，對其他各項功能，則有26～39%的受訪者表示「很少幫助」或「全無幫助」(表20)。

表19.參加產銷經營班對產銷工作有無幫助(%)

Table 19. The aid of production and marketing in production & sales teams.

調查項目	很有幫助	有幫助	很少幫助	全無幫助
產銷措施：				
更新品種	37.7	53.9	8.4	0
土壤分析	31.9	62.8	5.2	0
獲得土壤改良劑	34.6	60.1	5.3	0
獲得土壤改良知識	33.2	65.3	1.6	0
增加有機肥使用	45.7	51.1	3.2	0
獲得施肥知識	37.0	61.4	1.6	0
獲得肥料補助	27.9	58.4	12.6	1.1
共同防治病蟲害、減少施藥	29.7	57.3	11.5	1.6
獲得病蟲害防治知識	34.7	61.1	3.7	0.5
減少病蟲害	25.8	63.2	11.1	0
調節作物產期	18.8	62.0	19.3	0
增加設施栽培	23.8	58.2	12.7	5.3
調整耕作制度	17.8	63.4	17.8	1.1
提高產品品質	31.8	64.1	4.2	0
產品分級	29.0	59.8	10.6	0
產品包裝	34.4	55.6	10.1	0
建立品牌	35.1	54.6	10.3	0
效益檢討：				
提高經濟收入	20.4	69.4	10.2	0
提高社會地位	13.0	71.2	13.6	2.2
增進人際關係	16.1	78.3	5.0	0.6
生產技術、知識交流	25.6	71.7	2.2	0.6
配合農政措施	16.2	71.5	12.3	0
村民社區互助	14.4	78.9	6.7	0
爭取農會貸款	15.2	66.3	18.5	0
爭取政府補助	20.6	66.3	12.6	0.6
提高產品競爭力	24.6	71.3	3.6	0.6

表20. 產銷經營班措施及效益差異達顯著之項目

Table 20. The significant subject with production & sales team.

措施及 效益	班別	班員對班措施及效益的評價(%)				卡方檢定
		很有幫助	有幫助	很少幫助	全無幫助	
品種更新	蔬菜	57.1	38.1	4.8	0	*
	茶	32.0	64.0	4.0	0	X=13.62
	梨	28.0	62.0	10.0	0	D.F.=6
	柑桔	36.7	49.0	14.3	0	P<0.05
土壤分析	蔬菜	40.5	57.1	2.4	0	*
	茶	24.0	68.0	8.0	0	X=14.02
	梨	18.0	74.0	8.0	0	D.F.=6
	柑桔	46.9	51.0	2.0	0	P<0.05
病蟲害減	蔬菜	34.1	61.0	4.9	0	***
	茶	28.0	70.0	2.0	0	X=23.84
	梨	24.0	48.0	28.0	0	D.F.=6
	柑桔	18.4	73.5	8.2	0	P<0.001
產期調節	蔬菜	19.0	66.7	14.3	0	**
	茶	24.0	70.0	6.0	0	X=19.85
	梨	22.0	42.0	36.0	0	D.F.=6
	柑桔	10.0	70.0	20.0	0	P<0.01
共有設施使用	蔬菜	8.1	16.2	37.8	37.8	***
	茶	4.3	38.3	38.3	19.1	X=41.05
	梨	37.5	41.7	6.3	14.6	D.F.=9
	柑桔	19.6	32.6	34.8	13.0	P<0.001
節農成 省機本 共購 有買	蔬菜	14.3	48.6	28.6	8.6	**
	茶	26.0	64.0	8.0	2.0	X=22.19
	梨	25.5	34.0	27.7	12.8	D.F.=9
	柑桔	14.3	69.0	14.3	2.4	P<0.01
產品分級	蔬菜	25.0	62.5	12.5	0	***
	茶	32.0	66.0	2.0	0	X=31.42
	梨	12.0	62.0	26.0	0	D.F.=6
	柑桔	49.0	49.0	2.0	0	P<0.001
配合農政措施	蔬菜	13.2	81.6	5.3	0	***
	茶	16.0	80.0	4.0	0	X=39.22
	梨	26.1	39.1	34.8	0	D.F.=6
	柑桔	8.9	86.7	4.4	0	P<0.001
爭取農會貸款	蔬菜	16.2	70.3	13.5	0	***
	茶	16.0	82.0	2.0	0	X=29.36
	梨	21.7	39.1	39.1	0	D.F.=6
	柑桔	6.7	73.3	20.0	0	P<0.001

結論及建議

產銷經營組織始自民國五十年的農場共同作業，其中規模最大功效最顯著的為水稻綜合栽培共同經營組織迄今已有30多年歷史，此組織後來由政府所輔導以代耕中心代替。隨著工商業急速發展、社會變遷，雖有不少班逐年擴展並建立產品品牌，積立不少班基金，但不庸諱言也有不少產銷班因缺乏領導人及班員之支持而中途解散者，產銷班成功原因及失敗解散原因亦有不少學者作探討分析，因此政府已將產銷經營班整合組織計畫列為重點工作。本研究就積效良好之產銷班員辦理組織經營功能調查，班員對農會輔導其生產到運銷技術及各項農政配合功能較顯著項目，作為指導員今後指導產銷班之主要方針及依據。

本次研究調查產銷經營班均為已具績效，且很成功可供借鏡者，其產銷功能的評價也有所不同，經卡方分析後評價功能最低者是「梨」產銷班，就其班員基本資料而言，該產銷班班員專業化程度比其他班為低，專業農民僅佔42%，以農為主的兼業農民佔54%；產銷功能評價最高為茶葉產銷班，班員中平均教育程度較高，除1人不識字外，其餘均國小畢業以上，初中畢業以上者佔32%，教育水準較為平均，又因茶葉產品必須經過製茶加工分級及精緻小包裝與配合各項展售直銷才能達到較高收益產製銷過程較長，評價也較高，但在農業收入方面低於蔬菜班外，比梨或柑桔班為高。

班員參加產銷經營班組織之動機，由農會指導員主導勸說參加者佔37.6%，而指導員主要指導產銷工作項目中，以指導產銷技術較獲得肯定佔75.9%最高，可見一個成功的產銷班背後必有良好的指導員在推動，目前少部份農會因選舉派系關係，指導員調動頻繁或兼辦其他業務太多，均對產銷班組織經營功能有負面影響。

產銷經營班組織班共用農機具方面，以分級包裝機佔有率最高佔71.6%，班內共有設備以集貨場最多佔58.6%，經卡方分析結果「班內共有設施使用」及「產品分級」兩項均非常顯著，顯示產銷班主要共同設施與共同利用生產運銷功能上，仍以共同運銷作業項目為最高，對產品銷售功能佔極重要地位，建議今後在輔導產銷班組織除生產栽培管理、班會召開外，共同運銷產品銷售、經營功能亦為主要工作，才能發揮輔導功效。

在生產管理項目經調查達顯著水準有兩項為「更新品種」與「土壤分析」，達極顯著水準者有「產期調節」，達非常顯著水準有「減少病蟲害」等四項，其他調查項目均不顯著。在達顯著標準以上之生產技術上，顯示班員參加產銷經營班後，在有關機關輔導下，對生產技術獲得品種更新、土壤分析、改善施肥技術、農藥施用、減少病蟲害及產期調節方面已發揮功能，今後試驗研究機關更能以此項目加強試驗研究嘉惠產銷班及全體農民。

在產銷班調查效益檢討方面除「配合農政措施」及「爭取農會貸款」經卡方檢定非常顯著外，其他項目均不顯著，亦顯出班員參加產銷班後可間接或直接與有關農政機關接觸，而對農政措施之配合獲得各項低利貸款。

綜合起來，由參加產銷共同經營組織之主要經營者對農業產銷措施、產品運銷、市場選擇與運銷效率之一般概念較具有基本程度上的認識，換言之產品市場導向經濟為主要現階段經濟發展體系中、除產品生產技術之推廣外，產銷組織措施、政府政策法令、市場資訊之宣導與推廣角度上是為今後各級農業機關推展業務的主要重點之一。

誌 謝

本計畫承蒙中正農業科技社會公益基金會補助經費，並蒙該會陳組長啓峰審核計畫之研究執行，承蒙台大農推研究所陳所長昭郎指導；報告之撰寫，承蒙本場張場長及黃研究員益田之指導斧正，謹此一併誌謝。

參考文獻

1. 黃大洲 1973 農場共同經營班的組織分析及其經濟績效調查。台大。
2. 農林廳 1988~1990 農場共同經營專輯。
3. 李順成 1986 農場產銷共同經營組織與經濟效益分析。
4. 農業推廣學會 1961~1991 農業推廣文彙10~35輯。
5. 台中區農業改良場 1991 台灣農業經營。
6. 江榮吉 1977 委託經營制度與未來台灣農業發展。
7. 張德梓 1980 擴大農業經營規模之探討。農業與經濟。
8. 梁挺一 1978 台灣農業經營之檢討與措施。合作經濟。
9. 蔡敏嘉 1983 三灣梨共同經營成功因素。台灣經濟1983。
10. 林淵煌 1982 現代化農村發展之研究。台灣經濟70、71期。
11. 林梓聯 1983 農場經營者應有的觀念與認識。共同經營專輯。
12. 廖武正 1981 農業合作社場共同運銷問題之探討。農業金融論叢。
13. 羅明哲 1980 台灣農場組織型態之研究。中興大學農經系。

The function of management organization of production and marketing team

Ming-chia Tsai, Fa-shiang Chin and Hong-shu Lee

summary

The management organization of production and marketing team of tea, vegetable, pear and orange were surveyed. The results indicated the acreage cultivated of the production and marketing team of vegetable was smallest, only 0.35ha. The acreage cultivated of the production and marketing team of tea was largest, it was 3.28ha. But the year net profit of the production and marketing team of tea was less than that of vegetable, the year net profits were 506.8 thousands and 887.6 thousand respectively. 37.6 percent production and marketing teams were directed and organized by farm advisor, and the farm advisor ability of production and marketing team was approved by the members of team. The success of production and marketing team was pushed by a good farm advisor. The functions of production and marketing team were tested by χ^2 -test, the results indicated that "Varieties renew" and "Soil analysis" were significant; "Pest and disease decreasing" was very significant, and "Production adjustment" was high significant. Above 90% members of production and marketing team acknowledged that four functions mentioned before were of great advantage to the production and marketing team.