





特用作物產銷班對農業創新育成中心之認知

農試所技服組 楊舜臣

一、前言

自科學基本法頒布後，農業研發成果改以有償方式為之，農業試驗改良場在技術移轉與推廣上，已面臨改變。

以往農業試驗改良場所之輔導對象為農民與產銷班，以進行技術指導、諮詢診斷、經營管理等服務，提昇其營農能力。至97年6月，農業產銷班已達6,274班，整合與分工以提昇其營運績效，仍有很大的發展空間。是故，若能輔導績優產銷班轉型為公司（整合未轉型之同類別產銷班為其下游之合作業者，促進產業發展），則可自主性、主動性為自己的產業奮鬥，跳脫政府補助的刻板印象，提昇產業之競爭力。

二、產銷班之經營現況

目前全省大大小小產銷班已經超過六千多班，除了果樹、蔬菜、花卉、稻米、雜糧、特作外，也涵蓋乳牛、養羊、養豬、養雞、養蜂、水產等產業，性質各異，種類不一，其中經營良好的，多為具公司體制或兼有農場性質組織者。

作　　者：楊副研究員舜臣
連絡電話：04-23302301-7452

自民國82年全面整合重點產業班組開始，歷經多年的積極推廣，其成果距離經濟性理想仍有落差，根據陳尚蓉等研究，主要癥結在農業產銷班介於非正式組織及公司法人之間，班員間缺乏明確的權利義務關係，在結構上不利於企業化之經營。

而促使農業產銷班轉型，除本身體質與意願外，如能提供一孵育平台、專業服務，包括技術、經營管理、智慧財產、商務及法務等，應可加速其轉型，提昇其產業之競爭力。

三、育成中心之發展現況

我國育成中心發展起始於1996　，至今已屆10年，結合政府、學術研究與民間的知識與研發能量，全國各地已設 95 所育成中心，培育逾2,300 家中小企業，不但是各企業誕生及轉型的主要助力，也有效整合在各方面的培育政策及輔導，進而強化育成中心和地方與相關產業互動。

行政院農業委員會已分別成立農業、畜產、水產等創新育成中心，有鑑於農業產業的個別規模及特殊性有別於工商界進駐創新育成中心以公司為主模式，農業創新育成中心更應思考其服務對象及所能提供之服務，因此，以農業產銷班為輔導對象，有其必要性。

若能藉由農業創新育成中心所提供之服務，除可進行技術媒合、產學合作研發、技術諮詢服務等，更能重建農業產銷班體質，使其更具規模性與制度化，並提供各項資金管道，壯碩其組織營運能力。

四、調查對象

2007年各國健康食品的銷售額分別為美國839億美元，歐洲705億美元，日本430億美元，中國大陸110億美元、台灣337億台幣，健康食品市場有很大的發展空間。 本文以特用作物產銷班為調查對象，因特用作物較其他農作物具高產值，易開發各項保健產品，亦需進行合作研發，為潛在可能進駐農業創新育成中心之客戶群。總計發送321份問卷，回收88份問卷，回收率為27.41%。

五、研究結果

(一)受訪者對農業創新育成中心認知程度

1.在對農業創新育成中心的瞭解程度問項，有19.4%的受訪者了解，有47.7%的受訪者稍微了解，有高達33%的受訪者不了解，顯示農業創新育成中心的概念尚在起步階段。

2.在農業創新育成中心提供進駐空間、商務、技術、人力及資訊支援等服務，對於其進駐育成中心之意願問項，有71.6%的受訪者認為有吸引力，顯示農業創新育成中心提供之服務對於產銷班進駐具吸引力。

3.在進駐農業創新育成中心需支付租金，是否會影響其進駐育成中心之意願問項，有高達71.6%的受訪者認為有影響，僅有5.6%的受訪者認為無影響，顯示支付費用仍是進駐門檻之主要因素。

4.在對於行政院農業委員會農業科技產學合作計畫的瞭解程度問項，有17.1%的受訪者了解，有42.9%的受訪者稍微了解，有42%的受訪者不了解。

5.在農業科技產學合作計畫之合作業者必須為公司規模，產銷班目前尚不符合申請資格問項，有25%的受訪者知道，有75%的受訪者不知道，可能是因為資格限制問題，因此不在政策的推廣與宣導對象內。

6.在農產品開發上，是否需要與農業試驗研究機構進行合作研發問項，有77.3%的受訪者認為有需要，僅有5.7%的受訪者認為沒有需要，顯示產銷班與農業試驗研究機構進行合作研發仍有其必要性。

7.在進駐農業創新育成中心將輔導產銷班成立公司，進行產學合作研發，其對進駐育成中心之意願問項，有62.5%的受訪者有意願，僅9.1%的受訪者無意願，顯示受訪者普遍能接受以進駐輔導成立公司並進行產學合作研發模式。

8.在進駐農業創新育成中心將協助產銷班建立自有品牌，提升經營管理能力，其進駐育成中心之意願問項，有71.6%的受訪者有意願，僅5.1%的受訪者無意願，顯示協助建立自有品牌及提升經營管理能力為產銷班進駐育成中心之主要需求。

9.在進駐農業創新育成中心將協助產銷班提升技術能力，並協助整合中下游產業，其進駐育成中心之意願問項，有71.7%的受訪者有意願，僅有4.5%的受訪者無意願，顯示整合中下游產業對於產銷班進駐育成中心具吸引力。

10.在產銷班進行技術移轉時需支付技術移轉費用，是否會影響其承接農業技術之意願問項，有高達75%的受訪者認為有影響，僅有5.7%的受訪者認為沒有影響，顯示目前農業研發成果以有償方式進行技術移轉，仍未普遍被接受，



可能因為目前技轉對象以公司規模為主，農業產銷班目前接觸與技轉案件較少。

(二)農業創新育成中心應提供進駐業者之服務

1.受訪者對於農業創新育成中心應提供之空間、硬體及訓練場地之意見詳如表一。

2.受訪者對於農業創新育成中心應提供之資訊、諮詢、產學合作計畫及培訓課程等服務之意見詳如表二。

3.受訪者對於農業創新育成中心應提供之資金管道等服務之意見詳如表三。

4.受訪者對於農業創新育成中心應提供之資金管道等服務之意見詳如表四。

(三)受訪者基本資料

1.受訪者性別分佈情形，男性占92%，女性占8%。

2.受訪者擔任產銷班之職務情形，擔任班長職務者占85.2%，班員占14.8%。

3.圖一顯示受訪者受訪者年齡分佈情形：

4.受訪者教育程度分佈情形，以高(職)中最高，占44.3%，其次是國(初)中占22.7%，專科以上占17%。

表一、受訪者對於農業創新育成中心提供之硬體服務意見

勾選項目 / 提供服務	最重要	重要	無意見	不重要
培育室空間大小	6.8	53.4	30.7	9.1
共用設備與貴重儀器	23.9	56.8	15.9	3.4
會議室	4.5	45.5	42	8
專業訓練場地	26.1	56.8	14.8	2.3

表二、受訪者對於農業創新育成中心提供之軟體服務意見

勾選項目 / 提供服務	最重要	重要	無意見	不重要
經營管理知識	37.5	56.8	4.5	1.1
法律相關諮詢	31.8	53.4	12.5	2.3
產業相關政策與法令資訊	29.5	56.8	10.2	3.4
人才培育課程	39.8	52.3	5.7	2.3
協助產學合作計畫之研提	33	55.7	8	3.4
提供營運計畫書撰寫之協助	31.8	61.4	4.5	2.3
協助技術交易、商品發表會之舉辦	43.2	42	11.4	3.4

表三、受訪者對於農業創新育成中心提供之資金管道意見

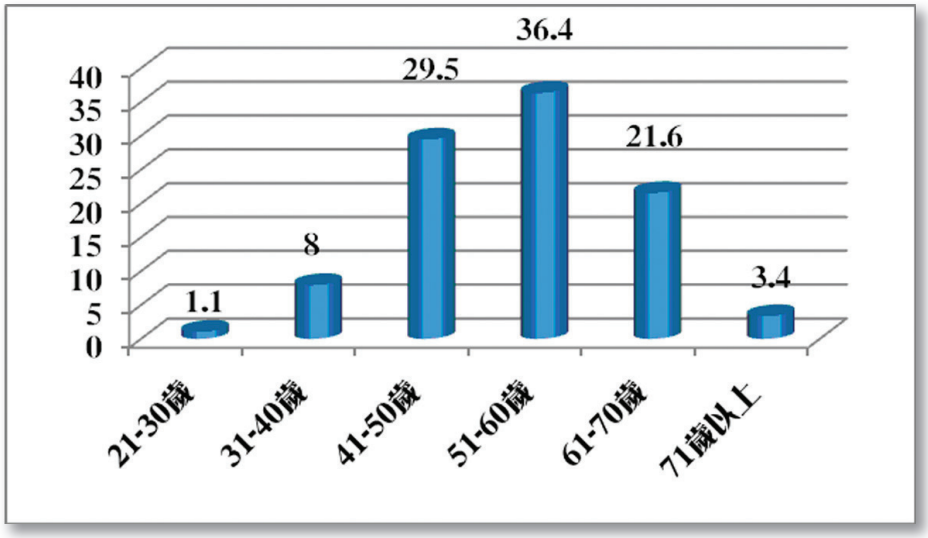
勾選項目 / 提供服務	最重要	重要	無意見	不重要
爭取政府各類補助款	59.1	37.5	2.3	1.1
資金籌措之管道	45.5	45.5	6.8	2.3
成本分析之協助	35.2	56.8	6.8	1.1
資產管理之協助	37.5	46.6	14.8	1.1

5.受訪者之產銷班年營業額情形，以100萬元以上最高，占41.6%，可能因受訪者之經營項目以茶葉最多之故。

六、結論

本調查結果顯示，受訪者對於進駐農業創新育成中心所提供之設備、空間、服務與協助等，吸引其進駐之意願，惟對於支付租金、技轉費用，將影響其進駐意願。此結果可提供規劃創新育成中心時，對於實體進駐收費之考量，並提供虛擬(微型)進駐之另一管道。

受訪者對於提供之服務方面，以爭取政府各類補助款、協助資金籌措、行銷通路、品牌建立、及人才培訓等最重要，此結果將可提供農業創新育成中心未來加重輔導之項目參考。依據本次調查結果，受訪者普遍能接受創新育成之模式，農業創新育成中心培育之對象將更具多樣性。



圖一、受訪者年齡分佈情形。

表四、受訪者對於農業創新育成中心提供之產銷分析等服務意見

勾選項目 / 提供服務	最重要	重要	無意見	不重要
協助產業分析	31.8	58	9.1	1.1
協助產品價格之分析	34.1	56.8	8	1.1
協助顧客需求之分析	44.3	50	4.5	1.1
協助行銷通路之分析	63.6	30.7	4.5	1.1
協助品牌之建立	52.3	40.9	5.7	1.1
促成並整合上下游相關產業	35.2	53.4	9.1	2.3