

第一篇

農業推廣學・農業推廣教育實務 焦點統整暨課後評量





第一章 農村之發展與特性

焦點統整

▲農業推廣為農業發展的一環：

必須了解農業發展的涵義，才可得知農業推廣的本質。

 參吳聰賢著，1988，《農業推廣學原理》，聯經，頁1。

▲農業發展之意義：

一、二十世紀以後的產業，自「資源為基礎（Resource Based）」轉變為「科學為基礎（Science Based）」的農業體制。

二、農業發展係以增進農業生產效率，提供優良農產品和服務，以提高國民生活水準和增進社會福祉的一種變遷過程。此變遷過程通常係指從傳統農業朝向現代化農業邁進的努力歷程。

三、農業發展過程包括：傳統、過渡、現代化三個時期。欲使傳統農業轉變為現代化農業，必須在農業經營及生活上運用各種創新措施，經過一段過渡時期，方可躍進到現代化農業發展階段。

四、過渡時期之特徵如下：

(一)在投入資源方面：除了土地、勞力及資本外，還需發展政策、生產技術的創新、投入資源的供應和農業推廣工作等。

 一、土地、勞力及資本稱為基本資源：有了基本資源，才有農業生產。

二、發展政策、生產技術的創新、投入資源的供應和農業推廣工作稱為躍進資源：有了躍進資源，才能有現代化農業。



(二)資本投入開始增加。

(三)過渡時期的農業已經不再以增加總生產量為滿足，轉而追求單位作物面積和牲畜單位產量的增加。故利用勞力密集的方式和增加生產資材的投入來促成。

(四)少數農民先接受生物性研究、改良的結果，然後在農業推廣工作的服務下，普遍向廣大農民推進，農業發展才得以邁向現代化。亦即透過政府提供農業推廣服務、籌劃農業發展工作，以協助農民增進各種躍進資源，使過渡時期的農業才得以發展至現代化農業。

五、現代化農業之特徵如下：

(一)美國：將土地、資本和機械投入農業生產，很快的即自傳統時期直接進入現代化農業國家。

(二)其他大部份的低所得小農國家之現代化農業特徵：

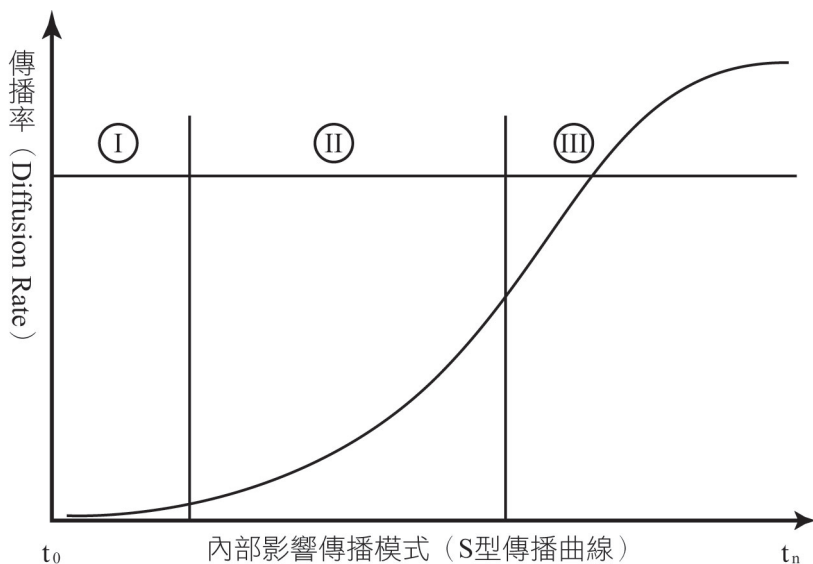
- 1.土地、資本、人力的比率能隨著職業結構變化；非農業就業機會增加；農業技術有明顯的變化。亦即單位耕作面積加大、人地比率降低、增加資本投入而全面實施機械化操作。
- 2.農業經營效率隨著技術發展而有顯著的改進，尤其是提高機械性的改進，提高了農民的單位勞動生產力，而非僅是增加農業的單位面積生產量。此時，人們要求更多休閒時間，不再如過去般密集的使用勞力耕作。
- 3.農產品的種類和品質能隨著消費型態之變化而不斷改變。亦即農作物的選擇越來越受市場動向所影響。
- 4.農家生活與農業經營在資源的運用上，能被劃分與安排，因此，農民變得具有企業化的經營頭腦，並能接受並採用創新作為。



▲各式農業推廣工作對創新之作用：

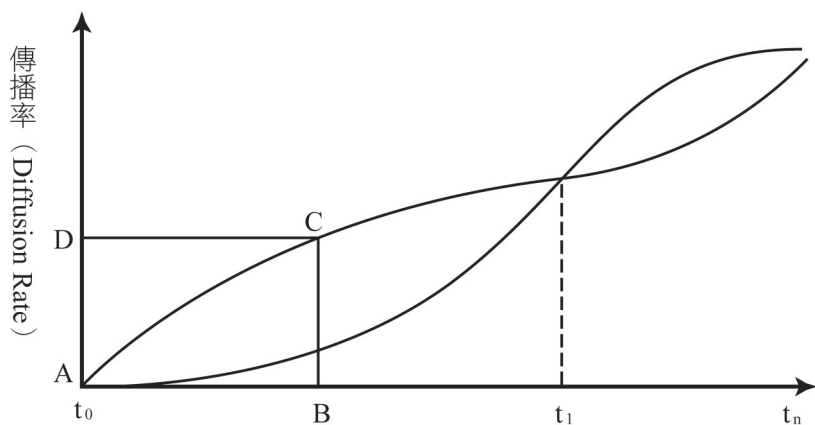
採用新技術或技術變遷的行為，稱為創新。而創新由少數創新者流傳到其他大多數農民的經過，則稱為傳播過程。

一服務式農業推廣工作的創新作用：學者稱其為【內部影響傳播模式】。下圖為一典型的理論曲線，其即指在沒有外來因素所影響（例如：推廣工作）的情況下，創新行為是依賴社會內部的人際溝通來完成。而影響此傳播曲線的要素為創新本身的價值、溝通的管道及社會制度與時間。



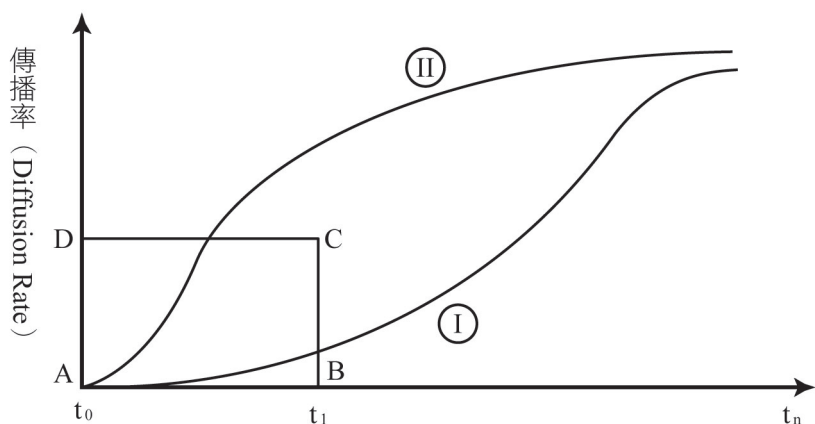


二行政式農業推廣工作的創新作用：學者稱其為【外部影響傳播模式】。如下圖所示，當到達圖中 t_1 點時，外部影響下的傳播率反而比自動改變狀況下的傳播率低。



外部影響傳播模式

三教育式農業推廣工作的創新作用：如果外部影響的傳播模式改為教育式時，其傳播曲線會如下圖所示。其中沒有推廣投入前的傳播曲線為①，而推廣投入後的傳播曲線為②。



教育式推廣工作的傳播曲線



牛刀小試 Try...it

(○) ▲農業是人類社會的基本產業，具有經濟性、社會性、文化性等功能。

(○) ▲農業或鄉村發展是一項動態的過程。



(D) ▲一個國家要農業發展、繁榮農村，常採用下列哪三種配合措施？(A) 農業試驗、研究、推廣 (B) 農業研究、教育、運銷 (C) 農業訓練、研究、教育 (D) 農業研究、推廣、教育。

(B) ▲我國的農業推廣教育工作深受何國大學推廣之影響？(A) 日本 (B) 英國 (C) 美國 (D) 德國。



▲農業是人類社會的基本產業，具有【①】、【②】、【③】等功能。

答：①經濟性、②社會性、③文化性。

▲農業和鄉村發展體系應包含六項主要副體系，指：【①】、研究、供應、【②】、行政及【③】，依賴其相互連結的作用力加以運作。

答：①生產、②市場、③教育（推廣）。



第二章 農業推廣之意義

焦點統整

▲農業推廣的意義：〈105、104農九職等、農七升六〉

- 一、章之汶與李醒愚對農業推廣所下定義：「狹義之農業推廣，即以農業學術機關（農科大學與農事試驗場）所研究改良之結果，用適當方法介紹給農民，使農民獲得農業上之新知能，從而採用與仿效，以增益其經濟收入……，而廣義之農業推廣，則除將農事方面之改良成績推廣於農民外，且教育農民、組織農民、培養領袖及改善其整個實際生活，至一切農業政策之實施皆屬之。」
- 二、吳聰賢教授認為：「農業推廣是一種發展農村經濟的農村社會教育工作。農業推廣人員應用行為科學的原理組織農民，與農民溝通農業和農家生活有關的實用消息，藉以增進農民的知識、改變態度、提高技能，不但使農民採用新事物，並且要培養個人與社團發展能力，以改善農家生活，促進農村社會經濟之發展。」
- 三、蕭崑杉教授認為：「農業推廣工作是一個農業推廣機構應用資訊傳播、人力資源發展或行政服務等方式，而促成農民或民眾自願性改變其知識、技巧、行為，並獲得決策能力來解決問題，以達到農業和鄉村公共效用和福利的一項計畫活動。」
- 四、農業發展條例第三條第十八款規定：「農業推廣：指利用農業資源，應用傳播、人力資源發展或行政服務等方式，提供農民終身教育機會，協助利用當地資源，發展地方產業之業務。」



▲國外學者對農業推廣所下定義：〈105、104、103農九職等〉

一、美國用以執行農業推廣工作的史密斯——李沃法案（Smith-Lever Act）說明：「農業推廣工作是傳播美國居民有關農業和家政有用而實際的消息，並鼓勵他們使用。」

二、美國學者 Kelsey 和 Hearne 說明：「農業推廣工作是一種校外教育，在這領域裡，成年人與青少年人經由工作中學習。它是政府授田大學和人民間的一種合作事業，供給符合人民需要的服務與教育，農業推廣的基本目的就是啟發農民。」

三、荷蘭農業推廣學者 A. W. Van Den Ban 認為：「推廣是有意應用資訊傳播來協助民眾形成好的意見，且做出較好決策的工作。」

四、Niels Roling 認為：「推廣是為了達到預定公共效用，一個機構應用專門性傳播干預方法來促成自願性行為改變的計畫活動。是一種協助的行為。」

五、德國以「Beratung」來說明農業推廣即是農業諮詢工作，學者 H. Albrecht 認為諮詢工作含有下列幾項解釋意義：

(一)推廣目的【協助和促使農民或鄉村民眾能改變行為，以解決其問題】。

(二)推廣方法【溝通和對話】。

(三)推廣關係【自願性的互相合作或伙伴關係】。

綜合上述各家的看法，據以蕭崑杉教授提出農業推廣之定義為：「農業推廣工作的基本理念就是如何促成策變者與策變對象之間，進行【知識（農業知識）、資訊、技術資源】轉移，以協助解決個人或團體問題，並達到福利效用之發展目標。」

簡言之，農業推廣學即是探討和解釋農業知識、資訊或技術資源轉移相關現象的科學（農業推廣工作即在提供知識、資訊或技術轉移的策變計畫活動）。



牛刀小試 Try...it

(X) ▲農業推廣學是一種自然科學。



是一種社會科學。

(O) ▲農業推廣學是一項科技整合的學科。

(O) ▲農業推廣學是成人教育的主要相關學科。

(O) ▲推廣工作在過去的歷史經驗中，是以不同名詞而加以敘述，如勸農、說服、指導或策變等。

(O) ▲農業推廣工作是偏重學習和教學過程。

(O) ▲推廣是一項動態而具彈性變化的工作。



▲根據 Roling 的說法，推廣是屬於【①】的行為。〈104農九職等〉

答：①協助。

▲蕭崑杉教授認為：「農業推廣工作是一個農業推廣機構應用【①】、【②】發展或行政服務等方式，而促成農民或民眾自願性改變其【③】、【④】、【⑤】，並獲得決策能力來解決問題，以達到農業和鄉村公共效用和福利的一項計畫活動。」

答：①資訊傳播、②人力資源、③知識、④技巧、⑤行為。



▲農業推廣被認定是屬於成人教育的活動，首在激發引導鄉村民眾或農民去進行學習經驗的累積，並協助他們獲致【①】、【②】和【③】等方面的改變提升。

答：①知識、②技能、③行為。

▲大部分國家是在第【①】以後才逐漸建立【②】工作制度。在一般開發中國家的農業發展目標是以【③】為主，以促成農民生產技術之改變為農業推廣工作的主要功能。

答：①第二次世界大戰、②農業推廣、③糧食增產。



▲農業推廣之定義為何？

▲農業推廣學之意義為何？



▲研究轉移的相關影響因素：

研究轉移的相關影響因素可分為：

一、外部結構因素：

(一)【農業政策】。

(二)【市場因素】。

二、內部結構因素：

(一)【技術研發活動（技術研發成果直接受到：財力資源、人力資源、設備資源、科學知識資源、研究管理等因素的影響）】。

(二)【知識、資訊轉移活動】。

(三)【技術資源轉移】。

(四)【技術轉移的連結管理】。

(五)【技術使用】。

▲農業推廣的理論類型：〈103農九職等〉

一、【策變者取向的推廣理論（Agent-oriented extension theory）】：其認為策變者具有下列條件，因此，它能產生影響力而促使策變對象產生知識、資訊或技術資源改變並解決問題。

(一)【策變者能衍生知識、資訊或技術資源，而這些知識、資訊或技術資源能為對象所接受應用】。

(二)【策變者能了解多數對象的共同問題和需要】。

(三)【策變者具有進行推廣活動的目的和意向】。

(四)【策變者具有較高的社會影響地位和權力】。

(五)【策變者能依系統過程而進行知識、資訊或技術資源轉移活動】。



又策變者取向的推廣理論可分為下列四類：〈103農九職等〉

- (一)【創新傳播（創新傳布）理論】：策變者具創新物。
- (二)【資訊傳播（研究轉移）理論】：策變者具科學研究資訊。
- (三)【社會行銷理論】：策變者具促進社會共同利益的新觀念。
- (四)【政策管理理論】：策變者為農業行政者，透過服務機制和方法將政府的福利資訊或資源傳遞給需求者。

二【策變對象取向推廣理論（Client-oriented extension theory）】：相較於策變者取向推廣理論以「策變者」，推廣人員為主導，此派理論之論點認為：(一)策變對象並非全是被動而無知的行動者；(二)策變對象具有問題認知能力；(三)任何策變對象皆能依照自己的學習發展成果解決問題；(四)策變對象的發展力「賦權增能（empower）」才是解決問題之主要條件（蕭昆杉,1998）。該理論以策變者影響力來促成農民或鄉村民眾改變其農業知識、資訊或技術資源，其可分：〈103農九職等〉

- (一)【諮詢傳播理論】：協助策變對象解決問題。
- (二)【人力資源發展理論】：協助策變對象自我發展而改變其人力品質。
- (三)【社會行動理論】：社區意識及民間自主團體等的發展和規劃引發個人的學習與參與，進而達成組織或社區發展。

 參中國文化大學農學院《家政推廣》：<https://hesp.pccu.edu.tw/ezfiles/236/1236/img/2179/393959348.pdf>、中華民國農民團體幹部聯合訓練協會編，2001，《農業推廣實務》，農訓協會，頁15～21。



▲推廣即是由一知識、二傳播、三學習、四改變等四項概念為基礎

而建構其敘述性推廣理論 (narrative extension theory)：〔參：蕭崑杉教授〈永續社會之推廣論述〉 (<http://ntur.lib.ntu.edu.tw/bitstream/246246/183459/1/06.pdf>) 〕

一、知識要素：推廣的概念結構內，知識是首項需求要素，沒有知識則沒有推廣的存在。本文認為知識是一種認知形式，可內含於個人的心智結構，亦可藉由媒介而外顯於社會。因此，知識是存於所有個人或事務，相對而言，所有個人和事務的存在皆同時意含著某項知識的存在。基本上，不論是內含於個人或外顯於社會，知識可被粗分為事實性或價值性知識。前者是依客觀理性而認定知識的存在，而後者是依主體意識或規範而建構知識的存在，簡言之，事實性知識僅是事實的認知敘述，其知識內容應具一致性的意義，不受解釋者價值觀之影響。實際例子則如敘述物質世界之相關知識內容，此類知識內容之真實或信仰是依賴科學理性而判定。比較上，事實性知識內容缺乏指示行動的意向，當它外顯於社會時，常以資料形式而呈現。價值性知識是內含著偏好或判斷的認知敘述，其知識內容應具合適性的意義，且是受到解釋者價值觀之影響，實際例子如敘述人文倫理世界之相關知識內容，此類知識內容之真實或信仰是以規範共識而判定。比較上，價值性知識內容具有促發行動的可用性 (utility) 意向，當它外顯於社會時，常以資訊形式而呈現。

二、傳播要素：人類具有知識，除了個人加以應用以外，亦能促成知識流動，而使其他個人獲得知識，推廣即是知識流動的一類形式，而傳播即是推廣能運作知識流動的主要工具。傳播可簡略被解釋為傳送者透過媒介將訊息傳送給接受者的過程，因此，推廣的訊息即包含上述事實性和價值性知識，而媒介則包含個人和系統設計的媒體。事實性知識的傳播，重視訊息轉移的正確程度，因此，系統設計的媒體比個人媒介更能達到知識轉移的目的。相對的，價值性知識的傳播，則偏重訊息轉化的合適程度，而個人系統設計媒介就更能達到知識轉化的目的。不過，目前資訊系統的人工智慧化已逐漸加強，透過資訊系統媒介亦能進行價值判斷的傳播效果，此項發展使未來價值性知識傳播能充分應用人際或系統設計媒介來進行。比較上，目前所存在的教育（成人教育）和諮詢傳播即是推廣運作價值性知識傳播的主要呈現形式。



三、學習要素：就知識流動而言，個人知識傳播出去，而能使他人獲得該項知識，則除了需應用傳播要素以外，傳播對象也需運作學習要素，才能轉移或轉化該項知識。學習是人類（或生物）的基本能力，其因不同知識傳播形式而有差別的解釋意義，在事實性知識傳播中，學習是認知的解碼，記憶和組合過程，學習成果應轉移改變現象能呈現事實性知識傳播的一致性。而在價值性知識傳播中，學習是認知的解構和重構過程，學習成果是在呈現價值性知識傳播的合適性轉化改變現象。比較上，前者的學習成果可依系統性規範而安排，是一種知識鑲嵌作用，而後者的學習成果是依互動情境的促進而建構，是一種知識創造作用。

所以，推廣中的學習，可因不同的知識內容而分類出差別的學習形式。就個人而言，事實性或價值性知識是否合乎個人的學習需要，即成為個人是否具有學習動機，或是個人期望獲得何種學習效果的先決條件。由於個人可同時需求事實性和價值性知識內容，所以，個人的學習形式亦可能多元並存，而推廣人員因應不同學習形式，其角色亦有所變化。由於個人具有自我導向學習和知識創造的能力，因此，學習亦能存在於推廣以外的社會環境，因此，不是所有學習現象皆反映出推廣的存在。



四改變要素：個人透過學習過程，可產生知識、技能或行為的改變，因此，推廣是可促成個人、組織或社會的改變，而改變也成為推廣的要素。基本上，推廣能促成何種改變，是來自推廣的行動意向（或目的）。過去推廣的多元解釋即因為行動意向的設定是受到發展典範變化的影響，如推廣被認為可達到農業發展、鄉村社區發展或非正規教育等（Rivera,1990）。本文依知識資訊傳播的理念，認為推廣可促成個人、組織和社會的改變，且其改變層次依序為：(一)認識喚醒（awareness raising）、(二)才能精熟（competence mastering）、(三)問題解決（problem solving）、(四)知識創造（knowledge creating）。而在實際推廣過程中，改變層次可被分別設定為推廣目的，或是數個層次同時被列為推廣目的。設定上，推廣改變層次是具有發展的順序性，其改變理念是先建立主體性認識基礎，再發展精熟專門知識和技能，而後運作問題解決，最後則透過共享而產生知識創造成果（包含集體知識創造）。比較上，推廣工作要達到不同層次的改變，其相關的知識、傳播和學習條件是應有所差別，因此，推廣改變層次的設定直接影響推廣理論結構的概念範圍。不過，包含四層次的理論應是最具解釋力的巨觀推廣理論。而依各改變層次所建立的理論則是微觀推廣理論。



▲精緻農業：

民國98年行政院農委會所提出「精緻農業健康卓越方案」，是行政院六大新興產業方案之一，這項包括生技、觀光、綠能、醫療照護、精緻農業及文化創意的產業方案推動，其影響深遠，可說是「寧靜的產業革命」。其三大主軸及措施如下：

一、【健康農業——深化安全驗證，打造健康無毒島】：推動吉園圃安全蔬果、CAS 優良農產品、產銷履歷、有機農業，使農產品從農場到餐桌，透過驗證為安全把關。重要措施包括：

(一)新科技研發：研發非化學防治技術、資材及肥料，開發環控調節、綠能及高效率生產體系導入自動化、遙控技術及節能等系統，從源頭導入健康的生產體系。

(二)新經營模式：利用台糖、退輔會農場及大面積休耕地建立專區，成立物流中心統籌產品理、配銷，提升經營效率，建立品牌。

(三)新市場開發：建構多元化行銷通路，開發特定族群市場，輔導農夫市集、企業認購及電子商務，拓展便利商店鮮食、家庭代用餐等特定市場，結合宗教團體及志工，投入有機農業，選定全國有機日，強化消費者認知。

二、【卓越農業——領先科技研發，打造卓越農科島】：利用台灣農業科技研發優勢，結合優越地理條件，建立植物品種智財權保護制度，發展農業生物技術、蘭花、石斑魚、觀賞魚、種苗及種禽畜等產業。重要措施包括：

(一)新科技研發：運用昆蟲、動物作為生物工廠、運用分子生物技術掌握棲息特性、建構台灣成為亞太種苗研發及供應中心；以人工生殖科技縮短經濟動物新品種育成時間，透過分子標記、育種技術，選育優質健康種苗（原），建構國家級土雞基因選種體系。

(二)新經營模式：設置3處創新育成中心、建構5種商品化平台、成立農業科技研究院、完成6座基因改造隔離田及生物安全評估設施。



(三)新市場開發：建置農業技術交易網成為國內第一個整合性農業技術媒合平台，辦理新品種境外授權，開發美容、抗老化及保健等農業生技產品新市場，爭取主辦及參加國際展覽，同步辦理貿易洽談會爭取商機，拓展新加坡及中國大陸等新興市場，建立品牌全球布局。

(四)智慧財產增值運用：強化農業科技研發成果管理制度，建構產學研合作環境及配套措施，進行農業科技研發成果盤點分析與專利佈局，成立農業科技產業策進辦公室，推動智財保護及增值運用，強化農業專業人員智財知能。

三【樂活農業——重塑農村風情，打造樂活休閒島】：

(一)【農業深度旅遊】：

1.打造農業深度旅遊新經營模式：

- (1)籌建3處1千公頃以上的平地森林遊樂區，打造節能、減碳之優質生態知性園區。
- (2)推動遊艇港領航計畫，設置4處遊艇專用泊區與2處示範級休閒漁港。
- (3)推動4處示範級休閒農業區，建立休閒農場識別標章及服務認證制度。
- (4)建設具田園之美的310處農村社區；整合運用資通訊技術，建立動態與友善的全球化資訊平台。

2.開發農業深度旅遊新市場：導入在地文化特色與農業體驗活動，依據不同客層，開發多元主題遊程，推出銀髮養生、親子知性、體驗學習、美食饗宴、紓壓療癒、農村體驗住宿（Farmstay）等主題遊程，結合鐵馬活力行，開發賞鯨及生態發現遊，以及田園美食文化遊等特色遊程，結合農業一加二再加三的六級產業，為產業增值與升級。並開發國外新興市場，拓展馬、日、韓及大陸團客，星、港、歐美背包體驗客，推動「機票＋農場」便利行，以邁向國際旅遊市場。



(二)【農業精品】：

1.新科技研發：研發常溫保存及冷凍保鮮技術，延長賞味期，運用傳統釀酒工法發揮地區農特產酒品獨特風味，區隔商業化產品；開發竹製精品核心技術，擴大產業應用。

2.新經營模式：

(1)擴大產地標示與驗證，推動品質驗證與 ISO 國際標準形成國際鏈結。

(2)輔導業者建立臺灣共同品牌，加強多元化行銷，例如透過「海角七號」電影成功打響南投縣信義鄉的「馬拉桑酒」名號，造成搶購的風潮，郭台銘先生以臺灣好米作訂婚禮，帶動用經典好米做為禮品的新風氣，這些都是成功的案例。

(3)配合大陸觀光客來臺，推動「臺灣下單、大陸取貨」機制。

3.新市場開發：

(1)結合當地產業文化，融合農村美學、觀光旅遊、電子商務，行銷農業精品。

(2)設定新目標市場，例如：銀髮族飲食休閒養生市場、高所得與訂婚精品市場、節慶與旅遊伴手禮市場。

 本方案為民國98年至民國100年之四年中程計畫，該方案已於民國101年執行完畢，參行政院農委會，<http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=19950>。



▲農業再生與培根計畫：

一、農業再生政策：

(一)農村再生對臺灣農村之助益：

- 1.【改善現有農村社區生活品質】：農村再生強調農村社區內部之活化及環境、文化與經濟等整體規劃發展，推動農村朝向土地活化利用並依計畫管理，滿足生活機能需求，重建人與土地和諧共處的生命秩序，打造成為富麗新農村。如新北市台北磺潭社區將原本荒草淹漫的廢耕地以美麗的植栽取代、野溪則以生態工法整治，不但改善景觀，亦提高社區之生活品質。
- 2.【保存農村文化及資源】：將透過長期性的農村資源調查，全面建立檔案，然後分別給予改善、保育及維護，讓個別農民或社區無法獨力保存維護的農村文物得以留存，再配合社區居民所提出的發展願景，使農漁村發展成為深具人文特色之所在。如嘉義縣板頭社區即結合傳統工藝、在地農村生活及現代美學設計將社區打造為「板頭交趾剪黏藝術村」，讓在地傳統工藝再現風華。



第七章 農業推廣教育

焦點統整

▲農業推廣教育之意義：

一、教育：〈104農九職等〉

(一)人力資源學家許爾茲提出教育活動的五種類型：

- 1.健全設施和服務。
- 2.在職訓練：包括廠家舊式學徒訓練。
- 3.小學、中學、大學的正式教育。
- 4.農業推廣教育、不在廠家提供的成人教育。
- 5.因應工作機會變化的個人和家庭遷徙。

(二)教育學者另依辦理機構的不同，將教育分成以下三類：

- 1.正式教育。
- 2.非正式教育：又稱成人教育或繼續教育，例如：農業推廣、職業訓練、補習教育等。
- 3.偶然的的教育：又稱自我教育，指沒有組織的教育或沒有系統的偶發性學習。

 參吳聰賢著，1988，《農業推廣學原理》，聯經，頁26～27。



二農民：

(一)中華民國一百一十年二月三日最新修正農會法第十二條（基層農會之會員）第一項規定：凡成年之中華民國國民，設籍農會組織區域內，實際從事農業，並合於左列各款之一者，經審查合格後，得加入該組織區域之基層農會為會員：

- 1.自耕農。
- 2.佃農。
- 3.農業學校畢業或有農業專著或發明，現在從事農業推廣工作。
- 4.服務於依法令登記之農、林、牧場員工，實際從事農業工作。

(二)農業發展條例第三條第三款規定：農民：指直接從事農業生產之自然人。

三教育式農業推廣工作是一種非正式教育，而農業推廣教育的主要任務在於安排農民的學習活動。

 參吳聰賢著，1988，《農業推廣學原理》，聯經，頁23。

四農業推廣教育工作之特徵如下：

- (一)彈性的教育：農業推廣通常較不拘於形式。
- (二)平輩的師生關係。
- (三)外顯性目標：即直接而工具性的目標，用以達成立即特定具體的效能，例如：增加市場知識、提高生產力等。

 農民因具有生產的責任與角色，故農業推廣的目標大都充滿著外顯性的目標；而學校教育的目的是以自我充實的學習欲望為主，其較具有內涵性的目標，即學習本身是目標而不被當成工具，不期望達到其他效能。

第二篇

農業推廣學・農業推廣教育實務 相關法規彙編





第一章 農業發展條例

中華民國105年11月30日修正公布增訂第47條之1條條文

第一章 總則

第 一 條 （立法目的）

為確保農業【永續發展】，因應農業【國際化】及【自由化】，促進農地【合理利用】，調整農業產業結構，穩定農業產銷，增進農民所得及福利，提高農民生活水準，特制定本條例；本條例未規定者，適用其他法律之規定。

第 二 條 （主管機關）

本條例所稱主管機關：在中央為【行政院農業委員會】；在直轄市為【直轄市政府】；在縣（市）為【縣（市）政府】。



第 三 條 （用詞定義）〈105、104農九職等、農七升六〉

本條例用辭定義如下：

一【農業】：指利用自然資源、農用資材及科技，從事農作、森林、水產、畜牧等產製銷及休閒之事業。

二【農產品】：指農業所生產之物。

三【農民】：指直接從事農業生產之自然人。

四【家庭農場】：指以共同生活戶為單位，從事農業經營之農場。

五【休閒農業】：指利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營。

六【休閒農場】：指經營休閒農業之場地。

七【農民團體】：指農民依農會法、漁會法、農業合作社法、農田水利會組織通則所組織之農會、漁會、農業合作社及農田水利會。

八【農業企業機構】：指從事農業生產或農業試驗研究之公司。

九【農業試驗研究機構】：指從事農業試驗研究之機關、學校及農業財團法人。



第七章 農業研究教育及推廣合作辦法

中華民國103年11月27日修正發布第5、8～11條

第 一 條 本辦法依農業發展條例（以下簡稱本條例）第六十五條第一項規定訂定之。

第 二 條 中央主管機關為確保並提升農業競爭優勢，建構農業研究、教育及推廣之合作制度，應會同中央教育及科技主管機關商訂農業實驗、研究、教育、訓練及推廣等相關業務之聯繫、協調及合作機制。

第 三 條 本辦法用辭定義如下：

一、農業試驗改良場所：指中央主管機關所屬之農業試驗研究機關。

二、農業相關校院：指依大學法設立與農業相關之校院。

三、農業推廣機關（構）：指辦理本條例第三條第十八款有關農業推廣業務之農業機關、農民團體、農業財團法人、農業社團法人及企業組織。



- 第 四 條 農業試驗改良場所除其本身之試驗研究改良工作外，得對農業推廣機關（構）所轉報有關本條例第六十七條之二所定等事項相關問題進行研究，並將研究結果透過農業推廣機關（構）辦理示範推廣工作，同時提供農業相關校院充實相關教材。
- 第 五 條 農業試驗改良場所之研究發展成果，經審查達推廣階段者，由各該農業試驗改良場所公開發表，提供農業推廣機關（構）相關教育訓練教材及辦理示範、推廣工作。
- 農業試驗改良場所應提供農業推廣機關（構）有關教育訓練與示範、推廣活動所需之技術協助，並舉辦農業推廣人員、農業產銷班、農村青少年及農家婦女等經營管理、技術諮詢、教育訓練等推廣活動。
- 第 六 條 農業試驗改良場所應會同農業相關校院、農業推廣機關（構）及農業試驗研究相關機構等定期或不定期舉開農業研究教育推廣聯繫會議，並加強聯繫、協調解決農業經營及鄉村發展等相關問題。
- 第 七 條 農業相關校院設有農、漁業推廣委員會或推廣中心者，得依本辦法規定辦理農、漁業推廣業務。



第八章 農業產銷班設立及輔導辦法

焦點統整

中華民國一百一十年六月三日行政院農業委員會農糧字第1101060313A號令修正發布名稱(農業產銷班設立及輔導辦法)及第6、8~11條條文及第4條條文之附件二、第12條條文之附件六之一、附件六之四；刪除第18條條文

第 一 條 本辦法依【農業發展條例】第二十六條第二項規定訂定之。

第 二 條 本辦法所稱輔導單位，指【農業產銷班】所在地之【農會】、【漁會】、【農業合作社（場）】、【農業產業團體】、【公所】，或【其他經直轄市或縣（市）主管機關核准與農業相關之機關（構）或團體】。

農業產銷班應選定一輔導單位，並取得其出具之輔導同意書如附件一（略）。

輔導單位協助農業產銷班辦理下列事項：

- (一)【申請設立、變更及註銷登記等事項】。
- (二)【列席班會】。
- (三)【辦理評鑑】。
- (四)【計畫研提及核轉】。
- (五)【政令轉達】。
- (六)【其他與農業產銷班有關等事項】。

輔導單位每年【一月三十一日】前，應將前一年度其所輔導農業產銷班每班輔導事項辦理情形，函送【直轄市或縣（市）主管機關】備查。



第 三 條 農業產銷班應以【年滿十八歲】，且【土地相毗連】或【經營相同產業】之農民為班員組成。

第 四 條 農業產銷班之類別及產業分類如下：

(一)【作類】：蔬菜、果樹、花卉、雜糧、稻米、特用作物、菇類等。

(二)【農畜牧類】：毛豬、牛、鹿、羊、兔、肉雞、蛋雞、水禽、火雞、鴛鳥等。

(三)【漁業類】：水產養殖、特定漁業、漁業權漁業、娛樂漁業等。

(四)【其他類】：休閒農業、養蜂及其他經中央主管機關核准之產業。

同一農民就前項所定類別，同一產業以參加【一個】農業產銷班為限。

各類別及產業之農業產銷班組班規模條件如附件二（略）。未達組班規模條件者，直轄市或縣（市）主管機關得視當地產業發展需求核定是否准予組班。

第 五 條 農業產銷班名稱冠以直轄市或縣（市）、鄉（鎮、市、區）、產業或產品，並應有【班別編號】，同一鄉（鎮、市、區）同一產業之班別編號【不得重複】；其格式如附件三（略）。但本辦法發布施行前，經直轄市或縣（市）主管機關列冊登記之農業產銷班，得保留其原名稱。



第九章 民國105年重要農業 施政推動情形

農業與全民生活福祉息息相關，面臨氣候變遷加劇、貿易自由化等挑戰，本會以「創新、就業、分配及永續」原則，打造強本革新的新農業，以下謹就本會民國105年重要農業施政推動情形提出報告：（參：<https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=2506091>）

一【推動對地綠色給付】：現行稻穀保價收購和休耕給付措施，仍無法有效提升稻米產業競爭力，為引導農民以友善環境方式生產優質稻穀，本會自民國105年第二期作起於全國6個鄉（鎮、市、區）試辦稻作直接給付與保價收購雙軌制，給生產優質稻穀農民，多一個領取直接給付，不交公糧的選擇，以穩定農民所得、確保糧食安全，計有1,446位農民領取稻作直接給付金，面積999公頃，占民國103年第二期作試辦區申報繳交公糧面積49%，初步減少農民對保價收購制度依賴。

採行稻作直接給付與保價收購雙軌制，已規劃民國106年第一期作擴大於20個鄉（鎮、市、區）試辦，並於民國107年將保價收購制度與休耕政策併同檢討整合，調整成對地綠色給付，鼓勵農民生產進口替代作物及更優質農產品，穩定糧食供應。



二【擴大推動農業保險】：全球氣候變遷，增加農業經營風險，本會已推動天然災害救助、低利貸款及資材補助等措施，持續檢討精進農業天然災害救助程序，加速復耕、復建；建置預撥救助款制度，地方政府可於完成部分區域災損勘定後，及時撥付救助金，民國105年農業天然災害救助計約30.5萬戶、救助金額約新臺幣100.2億元。惟仍無法充足彌補災害損失及復建所需，復建期間的收入來源亦無保障。

鑒於世界各國多已透過農業保險制度，降低農業經營風險，穩定農民經濟安全，本會自民國104年起推動試辦農作物天然災害保險，民國105年續推動梨及芒果保險，其中梨作物投保88件、61.4公頃；芒果投保6件、4.9公頃。民國106年將推動水稻產量、農業設施、石斑魚寒害及釋迦收入保險等，持續擴大農業保險涵蓋範圍。

啟動試辦釋迦收入保險，受民國105年7月尼伯特颱風強風豪雨影響，臺東釋迦農民損失慘重，為協助農民因應天然災害及價格風險，本會選定釋迦作為收入保險試辦品項，自民國106年1月起實施釋迦收入保險，採政策性保險方式，透過三級農會執行保險承保、核保與理賠，以保障農民收入。



第十章 農業政策（民國106年～109年） 之中程施政計畫

一、施政綱要：

（一）提升產業競爭力：建立農業典範－發展產業特色，創造新優勢。施政計畫包括：

- 1.茁壯小農、扶植企業農，改革農民生產組織，建構集團產區供應體系，擴大產業聚落規模，調整產業結構，創新農業價值；因應通路多元化需求，建構區域性農產品加工中心，提高農業附加價值。
- 2.加速農業科技產業化，推動生物經濟，打造以市場導向、高競爭、高附加價值農業；發展綠能、節能、減廢及減排之循環經濟，推動自動化及智能化生產、建構數位服務科技整合之新世代產銷體系，提升農業產銷效能。
- 3.推動畜禽產業升級，加強豬隻育成率，推動畜舍綠能及沼氣發電；輔導以國產雜糧飼養肉牛，進行現代化肉品管理，提升畜禽產品的生產、屠宰、分切與物流品質，以提升畜禽產業競爭力。
- 4.推動校園午餐採用國產在地食材，推行食農教育，強化地產地消，活化在地經濟。



- 5.整合農業訓練資源輔導青年農民，協助取得農地及資金，建立系統性農事培育課程及實習場域，提升農業職場人力水準；成立農業專業技術團及農事服務團，建立人力資源庫及平臺，改善農業人力老化及缺工。
 - 6.強化農地銀行儲備利用功能，結合產業、人力及農業收入之結構調整策略，促進農地最適規模利用，提升農業生產效益。
 - 7.推動政策性農業專案貸款，支應農業創新所需資金；健全農會信用部經營體質，強化監控功能；持續辦理農業信用保證基金保證貸款，協助農漁民取得營農資金。
- (二)維護生態永續、強化防災能力：建立農業新典範－加強因應氣候變遷調適能力，維護生態環境永續。施政計畫包括：
- 1.栽培及適地適種適養，提升農漁畜產品到貨品質與穩定供應；推動農漁牧業採用綠能設施，達成農電共享雙贏，推動農業資源循環利用，維護環境永續發展。
 - 2.運用大數據重新規劃水、土、人融合之生態永續型集團產區，建立生態服務、氣候智慧型之農業研發及生產體系。
 - 3.健全森林資源管理，保護天然林，推動森林長期監測體系；推動植樹造林，厚植森林資源，發揮森林碳吸存效益；合理疏伐人工林，提升木材自給率及非木質產品之利用；推廣森林生態旅遊及自然教育，打造生態經濟；深化里山倡議，完善自然保護區經營管理，維護生物多樣性。