

達到產銷一體，互助合作理念，生產者和消費者都各蒙其利。這就是所謂產銷策略聯盟的一種具體的作法與理念的實踐。

所以，在整合輔導農業產銷組織時，整合原則是「以農為本、以民為主」和加強垂直水平的輔導策略。雖然農業的總產值目前已降至3.5%和民國四十年代的96%相比，相對偏低，但是農業的重要性仍然是絕對的重要，尤其農業仍是我們國家的根本產業，在整合時出發點須「以農為本」，而以農民做為產銷班組織的生力軍，亦即「以民為主」，當基層產銷班組織確立後，接下來要進行的是加強組織間的垂直水平連結。從中央到省到縣的垂直連結，生產者和生產者、生產者和消費者之間的聯盟則是水平連結。有機農業的產銷協會就是一個最好的例子。

農委會對於輔導措施的推行原則是：「人物並重，軟硬兼施」。何謂人物並重，軟硬兼施？例如提供各優良產銷班的經驗刊登在豐年半月刊上，是注重精神層面的提升，政府撥經費下來補助購買器材，是物質層面的輔助。具體的作法如加強人力資源發展：舉辦班員組訓、會議活動、專業講習、觀摩研習等。培育農業領導人才，著重農業企業管理訓練，將來農委會和中國生產力中心合作，舉辦各種農業企業經營相關訓練，並規劃培育農業經營管理師，發給證書和執照。在農業產銷經營輔導方面，重點將放在改進農產品產製儲銷科技、改善農村公共設施和農業生產環境、規劃資訊管理系統、提供農業產銷資訊及市場機會和協助農產品共同運銷或直銷以及優惠貸款等等。

未來農業產銷經營組織的發展，建立專業性農漁民產銷組織的垂直與水平整合輔導是目前積極進行的策略。最近在相關

法律的修法過程中，政府擬考慮賦予產銷班法人的地位；以期更積極、更有效的培育自主、尊嚴且有活力的現代化科學農民。四十年來台灣的農業推廣教育已經培養出許多優秀產銷班領導人才，未來我們也要繼續加強，藉以能健全和強化農業推廣組織的體質，達到農民自己當家作主；另加強策略聯盟並確立事業共同體，把大家力量集合在一起發揮「眾人一條心，四兩撥千斤」的團隊合作精神。邁向三生三化的農業總體目標：農業生產企業化，農民生活現代化，農村生活自然化。今後，政府推動農業多項實質建設、人文建設、農漁村社區及農漁民生活改善措施，均將密切結合農業產銷經營組織整合輔導工作，以期有效落實，以建立富麗祥和的現代化農漁村社會。

編者按：本文為農委會農業推廣科林淵煌技正於「豐年與您有約：有機農業產銷班座談會」中，所報告的專題演講，本刊整理後，以饗讀者。 ■

「劉伯伯猜字謎」， 恭喜幸運讀者得獎

46 卷10期、11期謎面：羊騎牛背上，老頭子，謎底為羞及孝。

感謝讀者踴躍參加，正確答案每名可得「中國民間傳奇故事第五、六冊」一本。

10期得獎名單：柯英哲（歸仁鄉）、黃政秋（埔里鎮）

11期得獎名單：吳儒芳（壽豐鄉）、孫炎三（民雄鄉）、柯英哲（歸仁鄉）、洪雪（宜蘭市）、吳昌富（觀音鄉）、周朝聘（新園鄉）、黃政秋（埔里鎮）、王金賢（泰山鄉）