

高屏區產銷班經營管理能力之研究

楊文振、林瑞生

長久以來，農民一直只重視生產技術的改進，卻不重視銷售面，以至收益未能有效的增加。本研究針對高屏地區果樹產銷班之行銷行為進行研究，結果發現，42%果樹產銷班認為行銷重要，24%認為很重要，14%認為非常重要，只有 17%認為不重要。產銷班最常見的銷售通路為批發市場；最常利用之行銷方式為展示展售，達 35%。未來想利用的行銷工具以電視最受青睞，達 34%，其次是 DM 傳單，20%。農民認為基於職業或工作上之需要必須多學一點知識的比例有 31.4%，不過對想要不斷自我進修以求進步也有 27.8%，但是不想利用網路學習的原因，以農民年紀大了，眼睛根本看不清楚比例有 34.4%，至於目前推動農民上網學習的困難點，是農友家裡沒有電腦，或者不會用電腦比例有 37.0%，其次沒有適合農友的教學網站比例有 30.4%，因此對於前述問題，要有什麼方法才能解決，請政府協助農友購置電腦設備，並提供基礎電腦教學訓練比例有 29.6%。雖然產銷班認為行銷重要的有 66%以上，但產銷班的行銷方式都以展示展售最多，達 35%，顯示產銷班限於經費，無法利用效果較佳的媒體廣告，建議相關單位能編列廣告經費由相關輔導單位協助農產品廣告行銷。