

高屏地區花卉產銷班農業資訊傳播之研究

林勇信¹

摘要

本研究以高屏地區花卉產銷班計 56 班為研究範圍，探討目前花卉產銷班對推廣內容之需求、來源及應用情形，以作為未來輔導時之參考。

回收問卷經整理後發現：

1. 產銷班對資訊的需求以病蟲害防治技術、經營規劃為主。
2. 整體而言花卉產銷班資訊的主要來源以班員間的交流、同業互通、農業教育傳播體系為主，而電腦網路的使用則最不普遍。
3. 在農業教育傳播體系（訓練講習、推廣書刊、電視、廣播）：訓練講習是取得相關資訊的主要方式；在農業技術諮詢服務體系（病蟲害診斷服務、電話詢問等）：病蟲害或特殊項目診斷服務的諮詢方式是取得相關資訊的主要方式，其諮詢對象以農業改良場為主；電腦網路查詢服務體系則以市場行情查詢為主。

關鍵字：

花卉產銷班

農業資訊

傳播

前言

花卉產業受到外界之衝擊，其經營型態已逐漸轉變成高投資和高技術之農企業。且商品化程度也愈來愈高，因此，經營者雖能得到高報酬，但其經營也具高風險。所以，使經營者迅速、有效的獲得所需之資訊，當有助於降低經營風險，提高獲利。所以，花卉經營者需要透過農業推廣活動尋求合適的資訊和資源，以改進其經營管理技術。因此，如何針對推廣對象所需的知識、資訊、技術，經由適當的傳播活動，提供有效的推廣內容，應是農業推廣人員的重要工作之一。

在花卉之推廣內容方面依據其功能可分為：知識（被應用來解釋現象事實）資訊（被應用來作決策並解決問題）技術（被應用來提昇技術水準）等三類（蕭崑杉，1994）。而農業資訊傳播活動在推廣工作實務經驗中依其計劃型式主要可分為：農業教育傳播、電腦網路查詢及諮詢服務、農業技術諮詢服務、農場診斷服務等四大類傳播體系。比較上，農業教育傳播體系所提供的資訊較偏重一般性知

¹高雄區農業改良場農業推廣中心助理研究員

²審查委員：蕭崑杉教授，服務機關：國立台灣大學農業推廣學系。

識；電腦網路查詢及諮詢服務，同時偏重一般性知識和農民立即需要使用之內容；農業技術諮詢服務體系能提供作為大部份農民立即需要使用和作為決策的內容；農場診斷服務體系所提供之資訊內容則偏重滿足大部份農民適用作為決策的內容（蕭崑杉，1997）。

故本研究擬以本區花卉產銷班之班長為對象，設計問卷，進行調查，探討產銷班對推廣內容之需求、取得方式、來源及應用現況，以作為未來輔導花卉產銷班時，有效應用不同的傳播媒介來進行資訊和技術轉移工作使經營者能迅速、有效的獲得所需之資訊提升經營效益。

材 料 與 方 法

取樣對象：以高屏地區花卉產銷班計 56 班為調查範圍，訪問對象為產銷班班長。

調查方法：採用問卷調查方式，以郵寄為主，面對面訪談為輔。

問卷內容：探討產銷班對農業資訊之需求、產銷班如何利用農業傳播管道取得農業資訊內容以及農業資訊傳播效果。

(1)農業資訊需求：

花卉產銷班對農業資訊之需求程度依 1.栽培技術 2.病蟲害防治 3.財務管理 4.國內市場行銷資訊 5.國外市場行銷資訊 6.經營規劃 7.班組織運作等內容，區分 0~5 六個等級，其中沒有需求者為 0，有需求者再依需求程度高低分五級給予 5~1 加權計分。

(2)農業資訊傳播方式：

依 1.栽培技術 2.病蟲害防治 3.財務管理 4.國內市場行銷資訊 5.國外市場行銷資訊 6.經營規劃 7.班組織運作等農業資訊內容分別與以下之傳播管道 1.農業教育傳播體系（訓練講習、推廣書刊、電視、廣播） 2.農業技術諮詢服務體系（病蟲害診斷服務、電話詢問等） 3.農場診斷服務體系（現場經營診斷） 4.電腦網路查詢及諮詢服務體系（市場行情查詢、網際網路查詢等） 5.班員交流 6.同業互通之利用的程度分 0~5 六個等級，其中沒利用者為 0，有利用者再依利用程度高低分五級給予 5~1 加權計分。

(3)農業資訊傳播效果：

依 1.栽培技術 2.病蟲害防治 3.財務管理 4.國內市場行銷資訊 5.國外市場行銷資訊 6.經營規劃 7.班組織運作等農業資訊內容就其對產銷班提昇經營效益的幫助程度分 0~5 六個等級，其中對經營效益無幫助為 0，對經營效益有幫助者再依程度高低分五級給予 5~1 分加權計分。

資料處理：統計分析包括次數分配、百分比之運算。

結 果 與 討 論

1.問卷於 88 年 2 月寄出 56 份，第一次回收 19 份，經第二次催收後再回收 16 份，總計回收 35 份，回收率 62.5%。

2.在產銷班對資訊的需求：有 94.3 % 花卉產銷班對病蟲害防治、經營規劃等資訊有需求；有 88.6 % 對栽培技術、國內市場行銷資訊、班組織運作等資訊有需求。此外，僅 65.7 % 對國外市場行銷資訊有需求，可能與調查的樣本有些並未辦理外銷有關（如表 1）。在需求程度方面：經加權計分後以病蟲害防治之需求程度最高，其次為國內市場行銷資訊（如表 2）。

表 1.高屏地區花卉產銷班對資訊需求的情形

Table 1 Situation of information needs to Floricultural Production and Marketing Groups in Kaohsiung-Pingtung Area

資訊種類 Kind of information	資訊需求情形 Situation of information needs	
	次數 NO.	百分比(%) Percentage
1.栽培技術 Cultural Techniques (CT)	31	88.6
2.病蟲害防治 Diseases and Pets Control (D&PC)	33	94.3
3.財務管理 Financial Management (FM)	29	82.9
4.國內市場行銷資訊 Local Marketing Information (LMI)	31	88.6
5.國外市場行銷資訊 Foreign Marketing Information (FMI)	23	65.7
6.經營規劃 Management Planning (MP)	33	94.3
7.班組織運作 Farmer Group Operational (FGO)	31	88.6

樣本數：35

No. of samples : 35

表 2.高屏地區花卉產銷班對資訊需求的程度

Table 2 Degree of information needs to Floricultural Production and Marketing Groups in Kaohsiung-Pingtung Area

資訊種類 Kind of information	資訊需求程度 Degree of information needs	
	影響程度(加權總分) sum of weights	排名 order
1.栽培技術 (CT)	106	5
2.病蟲害防治 (D&PC)	136	1
3.財務管理 (FM)	89	
4.國內市場行銷資訊 (LMI)	131	2
5.國外市場行銷資訊 (FMI)	95	
6.經營規劃 (MP)	123	3
7.班組織運作 (FGO)	107	4

樣本數：35

No. of samples : 35

3.在不同資訊內容之取得方式（傳播管道）方面其結果如下（表 3、4）：

表 3.高屏地區花卉產銷班取得資訊以不同傳播方法之使用情形

Table 3 Situation for using different communication methods obtain information to Floricultural Production and Marketing Groups in Kaohsiung-Pingtung Area

傳播方法 Communication method	資 訊 種 類 Kind of information													
	栽 培 技 術 (CT)		病 蟲 害 防 治 (D&PC)		財 務 管 理 (FM)		國 內 市 場 行 銷 資 訊 (LMI)		國 外 市 場 行 銷 資 訊 (FMI)		經 營 規 劃 (PL)		班 組 組 織 運 作 (FGO)	
	次 數 No.	%	次 數 No.	%	次 數 No.	%	次 數 No.	%	次 數 No.	%	次 數 No.	%	次 數 No.	%
1.農業教育傳播 (AECS)	34	97.1	34	97.1	28	80.0	29	82.9	20	57.1	29	82.9	30	85.7
2.技術諮詢 (TC)	30	85.7	30	85.7	19	54.3	22	62.9	15	42.9	21	60.0	21	60.0
3.農場診斷 (FD)	25	71.4	24	68.6	15	42.9	19	54.3	12	34.3	19	54.3	15	42.9
4.電腦網路 (Internet)	19	54.3	16	45.7	11	31.4	21	60.0	15	42.9	13	37.1	10	28.6
5.班員交流 (MD)	35	100	35	100	32	91.4	29	82.9	22	62.9	30	85.7	30	85.7
6.同業互通 (CD)	31	88.6	32	91.4	25	71.4	29	82.9	24	68.6	28	80.0	28	80.0

樣本數：35

次數:資訊內容採用此種傳播管道取得的產銷班班數

AECS = Agricultural Education Communication System

TC = Technology Consultation

FD = Farm Diagnosis

MD = Members Discussion

CD = Colleagues Discussion

表 4.高屏地區花卉產銷班取得資訊以不同傳播方法之使用程度

Table 4 Degree for using different communication methods obtain information to Floricultural Production and Marketing Groups in Kaohsiung-Pingtung Area

傳播方法 Communication method	資訊種類 Kind of information													
	栽培技術 (CT)		病蟲害防治 (D&PC)		財務管理 (FM)		國內市場行銷資訊 (LMI)		國外市場行銷資訊 (FMI)		經營規劃 (PL)		班組織運作 (FGO)	
	加權總分	排	加權總分	排	加權總分	排	加權總分	排	加權總分	排	加權總分	排	加權總分	排
	sum of weights	名	sum of weights	名	sum of weights	名	sum of weights	名	sum of weights	名	sum of weights	名	sum of weights	名
1.農業教育傳播 (AECS)	125	2	138	2	105	2	117	1	65	3	113	2	118	2
2.技術諮詢 (TC)	104		114	3	48		63		44		57		62	
3.農場診斷 (FD)	69		83		40		45		34		52		47	
4.電腦網路 (Internet)	50		46		36		75		53		36		34	
5.班員交流 (MD)	155	1	162	1	112	1	113	2	89	2	122	1	122	1
6.同業互通 (CD)	120	3	114	3	78		111	3	90	1	103	3	96	3

樣本數：35

註：1.採用程度由小到大分 1~5 級，並給予 1~5 分加權分數
2.總分由小到大為 35~175

- (1)栽培技術：所有產銷班都會經由班員交流取得栽培技術(100%)，其次有 97.1% 會經由農業教育傳播體系(訓練講習、推廣書刊、電視、廣播)取得栽培技術；進一步探討不同傳播管道之採用程度(強度)發現以班員交流最高，農業教育傳播體系與同業互通則分居 2, 3。
- (2)病蟲害防治：所有產銷班都會經由班員交流取得(100%)病蟲害防治技術，其次有 97.1% 會經由農業教育傳播體系(訓練講習、推廣書刊、電視、廣播)取得病蟲害防治技術；進一步探討不同傳播管道之採用程度)發現以班員交流最高，農業教育傳播體系與同業互通則分居 2, 3。
- (3)財務管理：產銷班大都會經由班員交流取得(相關內容 91.4%)，其次有 80.0% 會經由農業教育傳播體系(訓練講習、推廣書刊、電視、廣播)取得相關內容；最常被使用的管道以班員交流最高，農業教育傳播體系居次。
- (4)國內市場行銷資訊：產銷班有 82.9% 會經由農業教育傳播體系(訓練講習、推

廣書刊、電視、廣播)、班員交流、同業互通取得；使用的管道以農業教育傳播體系最常被使用，班員交流與同業互通則分居 2，3。

- (5)國外市場行銷資訊：產銷班多數會經由班員交流同業互通的管道取得(68.6 %)，其次有 62.9 % 會經由取得；最常被使用的管道以同業互通最高，班員交流次之，但加權總分並不高，顯示產銷班使用之意願不高，可能與內容的及時性、可靠性不高。
- (6)經營規劃：產銷班有 85.7 % 經由班員交流取得，其次有 82.9 % 經由農業教育傳播體系(訓練講習、推廣書刊、電視、廣播)取得；最常被使用的管道以班員交流最高，農業教育傳播體系與同業互通則分居 2，3。
- (7)班組織運作：產銷班有 85.7 % 會經由班員交流、農業教育傳播體系(訓練講習、推廣書刊、電視、廣播)的管道取得班組織運作之相關資訊，其次有 80.0 % 會經由同業互通取得；最常被使用的管道以班員交流最高，農業教育傳播體系與同業互通則分居 2，3。

整體而言花卉產銷班資訊內容的取得管道以班員間的交流、同業互通、農業教育傳播體系為主，而電腦的使用並不普遍。

4.各傳播體系中在不同傳播方法之比較：

(1)農業教育傳播體系(訓練講習、推廣書刊、電視、廣播)：

產銷班利用農業教育傳播體系取得相關資訊時有 97.1 % 會從訓練講習的方式取得，其次有 88.6 % 會從定期刊物中取得；進一步探討不同傳播方法的採用程度發現以訓練講習的方式最常被採用，定期刊物則次之(如表 5)。

表 5.高屏地區花卉產銷班“農業教育傳播體系”之使用情形

Table 5 Situation for using different communication channel on Agricultural Education Communication System to Floricultural Production and Marketing Groups in Kaohsiung-Pingtung Area

傳播管道 communication channel	使用情形 Situation for using			
	次數 No.	百分比(%) percentage	加權總分 sum of weights	排名 order
1.訓練、講習 Train & Lectur	34	97.1	138	1
2.定期刊物 Farmer Magazine	31	88.6	124	2
3.宣傳單張或小冊 Leaflet	20	57.1	60	3
4.教學錄影帶 Videotapes	15	42.9	25	
5.電視節目 TV	18	51.4	41	
6.廣播節目 Radio	13	37.1	30	

樣本數：35 註：1.次數:農業教育傳播中採用此種傳播方式的產銷班班數
2.採用程度由小到大分 1~5 級，並給予 1~5 分加權分數
3.加權總分由小到大為 35~175

(2)農業技術諮詢服務體系(病蟲害診斷服務、電話詢問等)：

有 80.0 % 的產銷班會採用病蟲害診斷服務的諮詢方式，其次有 74.3 % 會採用辦公室討論的諮詢方式；採用程度以病蟲害診斷服務的方式最高，辦公室討論則次之(如表 6)。

表 6.高屏地區花卉產銷班“技術諮詢體系”之使用情形

Table 6 Situation for using different Consultation channel on Technology Consultation System to Floricultural Production and Marketing Groups in Kaohsiung-Pingtung Area

諮詢管道 Consultation channel	使用情形 Situation for using			
	次數	百分比(%)	加權總分	排名
	No.	percentage	sum of weights	order
1.技術諮詢中心 Technology Consultation Center	22	62.9	81	3
2.技術服務團 Technology Service Team	19	54.3	40	
3.電話討論 Telephone Discussion	25	71.4	70	
4.辦公室討論 Office Discussion	26	74.3	82	2
5.病蟲害或特殊項目診斷 Diagnosis of Special Problem	28	80.0	101	1

樣本數：35

註：1.次數:技術諮詢服務中採用此種諮詢方式的產銷班班數
2.採用程度由小到大分 1~5 級，並給予 1~5 分加權分數
3.加權總分由小到大為 35~175

(3)技術諮詢服務之諮詢對象；

有 97.1 % 的產銷班會以農業改良場為諮詢對象，其次為先進花農(88.6 %)；被諮詢的程度以農業改良場最高，先進花農則次之(如表 7)。

表 7.高屏地區花卉產銷班“技術諮詢服務”諮詢對象之諮詢情形

Table 7 Situation for using different helper on Technology Consultation System to Floricultural Production and Marketing Groups in Kaohsiung-Pingtung Area

諮詢對象 helper	使用情形 Situation for using			
	次數	百分比(%)	加權總分	排名
	No.	percentage	sum of weights	order
1.大專院校 College & University	19	54.3	59	
2.農職學校 Agricultural Vocational High School	12	34.3	21	
3.農業改良場 Experts of DAIS	34	97.1	149	1
4.農業試驗所 Experts of TARI	30	85.7	115	3
5.農會推廣人員 Extension Worker's of Farmer's Associations	20	57.1	77	
6.先進花農 Excellent Farmer	31	88.6	131	2
7.花卉基金會 Flower Foundation	12	34.3	31	

樣本數：35 註：1.次數:技術諮詢服務中採用此種諮詢對象的產銷班班數
 2.採用程度由小到大分 1~5 級，並給予 1~5 分加權分數
 3.加權總分由小到大為 35~175

(4)電腦網路查詢服務體系（市場行情查詢、網際網路查詢等）：

有 40.0 % 的產銷班會使用市場行情查詢，其次網際網路(31.4 %)；採用程度則以市場行情查詢最高，農業資料查詢則次之(如表 8)。

表 8.高屏地區花卉產銷班“電腦網路查詢”之使用情形

Table 8 Situation for using different retrieval channel on Internet to Floricultural Production and Marketing Groups in Kaohsiung-Pingtung Area

查詢管道 retrieval channel	使用情形 Situation for using			
	次數 No.	百分比(%) percentage	加權總分 sum of weights	排名 order
1.市場行情查詢系統 Market Information Retrieval System	14	40.0	58	1
2.農業資料查詢系統 Agricultural Information Retrieval System	10	28.6	40	2
3.電子布告欄 B.B.S	7	20.0	21	
4.網際網路 W.W.W.	11	31.4	38	3
5.網路行銷 Internet Marketing	8	22.9	22	

樣本數：35 註：1.採用程度由小到大分 1~5 級，並給予 1~5 分加權分數
 2.加權總分由小到大為 15~75
 3.有電腦設備之產銷班有 15 班

5.在資訊傳播效果方面：

(1)教育傳播體系中，回收的問卷都認為定期刊物所提供的內容對產銷班提升經營效益有幫助(100 %)，有 97.1 % 認為訓練講習所提供的內容對產銷班提升經營效益有幫助；但進一步探討幫助程度則以訓練講習所提供的內容最有幫助，定期刊物則次之(如表 9)。

表 9.高屏地區花卉產銷班“農業教育傳播體系”之傳播效益

Table 9 Effects of different communication channel on Agricultural Education Communication System to Floricultural Production and Marketing Groups in Kaohsiung-Pingtung Area

傳播管道 communication channel	傳播效益 Effects of communication			
	次數 No.	百分比(%) percentage	加權總分 sum of weights	排名 order
1.訓練、講習 Train & Lectur	34	97.1	147	1
2.定期刊物 Farmer Magazine	35	100.0	138	2
3.宣傳單張或小冊 Leaflet	24	68.6	78	3
4.教學錄影帶 Videotapes	20	57.1	66	
5.電視節目 TV	24	68.6	61	
6.廣播節目 Radio	20	57.1	45	

樣本數：35

註：1.傳播效益:傳播內容對產銷班經營效益的幫助程度

2.幫助程度由小到大分 1~5 級，並給予 1~5 分加權分數

3.權總分由小到大為 35~175

(2)諮詢服務體系中，88.6 % 認為病害或特殊項目診斷服務所提供的內容對產銷班提升經營效益有幫助，有 82.9 % 認為技術諮詢中心所提供的內容對產銷班提升經營效益有幫助；但幫助程度上則以技術諮詢中心所提供的內容所提供的內容最有幫助，病害或特殊項目診斷服務則次之(如表 10)。

表 10.高屏地區花卉產銷班“技術諮詢服務體系”之傳播效益

Table 10 Effects of different Consultation channel on Technology Consultation System to Floricultural Production and Marketing Groups in Kaohsiung-Pingtung Area

諮詢管道 Consultation channel	諮詢效益 Effects of Consultation			
	次數 No.	百分比(%) percentage	加權總分 sum of weights	排名 order
1.技術諮詢中心 Technology Consultation Center	29	82.9	119	1
2.技術服務團 Technology Service Team	24	68.6	94	3
3.電話討論 Telephone Discussion	25	71.4	68	
4.辦公室討論 Office Discussion	27	77.1	89	
5.病害或特殊項目診斷 Diagnosis of Special Problem	31	88.6	117	2

樣本數：35

註：1.傳播效益:傳播內容對產銷班經營效益的幫助程度

2.幫助程度由小到大分 1~5 級，並給予 1~5 分加權分數

3.加權總分由小到大為 35~175

(3)網路查詢中，71.4 % 認為市場行情查詢所提供的內容有助於產銷班提升經營效

益，其次有 60.0 % 認為農業資料查詢所提供的內容有助於產銷班提升經營效益；幫助程度上則以市場行情查詢所提供的內容最有幫助，農業資料查詢則次之(如表 11)。

表 11.高屏地區花卉產銷班“電腦網路查詢”之傳播效益

Table 11 Effects of different retrieval channel on Internet to Floricultural Production and Marketing Groups in Kaohsiung-Pingtung Area

諮詢管道 retrieval channel	諮詢效益			
	Effects of retrieval			
	次數 No.	百分比 (%) percentage	加權總分 sum of weights	排名 order
1.市場行情查詢系統 Market Information Retrieval System	25	71.4	110	1
2.農業資料查詢系統 Agricultural Information Retrieval System	21	60.0	87	2
3.電子布告欄 B.B.S	12	34.3	41	
4.網際網路 W.W.W.	16	45.7	55	
5.網路行銷 Internet Marketing	15	42.9	57	3

樣本數：35

註：1.傳播效益:傳播內容對產銷班經營效益的幫助程度

2.幫助程度由小到大分 1~5 級，並給予 1~5 分加權分數

3.加權總分由小到大為 35~175

檢 討 與 建 議

- 1.回收問卷顯示產銷班對病蟲害防治、經營規劃、栽培技術、國內市場行銷資訊、班組織運作等資訊都有所需求，對產銷班經營效益都會有影響，其比例高達 88.6 % 以上，因此在資訊內容的提供上必須兼顧。
- 2.整體而言花卉產銷班資訊內容的取得管道以班員間的交流、同業互通、農業教育傳播體系為主，而電腦的使用並不普遍。因此，需加強透過班員間的交流、同業互通、農業教育傳播體系的傳播管道，以提供迅速、確實的資訊給花卉業者。未來電腦將是提供迅速、確實資訊的主要管道，因此應加速規劃辦理產銷班資訊化的相關作業。
- 3.訓練講習、病蟲害或特殊項目診斷服務是產銷班取得資訊的最主要方法，而且提供的內容對產銷班經營效益的提升最有幫助。因此，應加強訓練講習、病蟲害或特殊項目診斷服務。此外，農業改良場及先進花農已成為產銷班主要諮詢對象，所以，應加強種子師資之培育以作為訓練講習與諮詢的輔導講師。

致 謝

本文於研究期間承國立中興大學農業推廣教育研究所董時叡副教授提供建言，文稿內容承國立台灣大學農業推廣系蕭崑杉教授及本場李賢德博士詳予審閱並斧正潤飾，始得以完成，謹致謝忱。

參 考 文 獻

- 1.王凱弘 (1998) 中部花卉產銷班員電腦態度與使用行為意向之研究，P.30-38,國立中興大學農業推廣教育研究所。
- 2.周素珍 (1997) 「農業產銷班資訊化整體發展與推動計劃」, 農政與農情 64:17-25。
- 3.洪進雄 (1995) 「農業經營如何有效地利用農業資訊」, 台灣農業 31(2):81-85。
- 4.段兆麟 (1995) 「農業產銷班營運改進之策略」, 台灣農業 31(6):64-75。
- 5.莊芬玲 (1992) 「我國花卉產業資訊化調查研究」, 資訊與電腦 140:86-95。
- 6.陳英安、馮祥勇、鄭健雄 (1998) 「農業推廣發展全球資訊網之規劃與研究」, 農業推廣與經營之研果研討會專刊，P.31-40，台灣省農業試驗所。
- 7.董時叡 (1997) 「網際網路在農業推廣資訊供給之探討」, 台灣農業 33(3):66-79。
- 8.費雯綺 (1996) 「農業資訊服務之發展方向」, 台灣農業 32(2):43-58。
- 9.萬鍾汶 (1997) 「農產品產銷資訊系統整合之芻義」, 台灣農業 33(4):53-70。
- 10.溫育芳 (1997) 「農業資訊的重要性及案需求探討」, 台灣經濟金融月刊 33(9):60-64。
- 11.廖慶樑 (1993) 試驗場所農業創新之傳播途徑分析研究，P.1-16,國立中興大學農業推廣教育研究所。
- 12.鄭健雄 (1992) 「台中地基層農會推廣人員資訊傳播過程之研究」, 台中區農業改良場研究彙報 37：51-60。
- 13.鄭政宗 (1993) 「花農經營管理能力之研究」, 台灣農業 29(1):12~26。
- 14.蕭崑杉 (1995) 花卉農作之農業推廣策略，國立台灣大學農業推廣學系。
- 15.蕭崑杉 (1997) 農業資訊傳播體系之評估，國立台灣大學農業推廣學系。
- 16.蕭崑杉 (1998) 農業推廣學，p41 茂昌，台北學農業推廣學系。

Agricultural Information Communication of Floricultural Production and Marketing Groups in Kao-Pin Area

Yung - Hsin Lin¹

Abstract

The purposes of this study are to explore the agricultural information needs, information source and information usage of Floricultural Production and Marketing Groups in Kao-Ping Area.

There are several major discoveries in the research

- 1.The major information needs of the group belong to Diseases & Pets Control and Management Planning.
- 2.Overall speaking, The study indicated that the main information source of Floricultural Production and Marketing Groups were obtained from Members Discussion、Colleagues Discussion and Agricultural Education Communication System, Internet was less usage than other method.
- 3.The training was considered is the main use method for Agricultural Education Communication System; The Diagnosis of Special Problem was considered is the main consultation channel for Technology Consultation System, experts of DAIS was major helper. The Market Information Retrieval System was considered is the main use method for Internet.

Key Words :

Floricultural Production and Marketing Group

Agricultural Information

Communication

¹Assistant Researcher of Kaohsiung District Agricultural Improvement Station