

農業推廣

農業推廣方面，配合當前農業政策，積極辦理農民專業技術、推廣人員職能增進、農業資訊專員培訓等訓練講習，並接待國內外團體參訪及提供諮詢服務；定期出版農業刊物，透過傳播媒體對農民及消費者提供產銷、新科技、消費等資訊；輔導轄區農村生活及環境改善，產業文化、休閒農業發展及開發地方農特產料理與伴手禮21項；在農業經營方面，辦理傾聽人民心聲農業技術諮詢座談會12

場，輔導小地主大佃農研擬經營計畫擴大經營規模127.5公頃，協助14個農民團體推動農業產業整體發展計畫，推動2個農會建構農業中衛體系、輔導農會團體設置機稻米、葡萄及芋頭等3個農業經營專區、並協助農民團體持續農產品產銷履歷驗證，導入安全農業生產體系，成效卓著。在農業科技研發成果，辦理產學合作1項計畫及9項技術移轉案。

農業推廣教育研究

農民農業專業訓練計畫

農委會為全面提升農業人力素質，於100年度設立農民學院，讓有志從農者有學習農業的管道，落實農民終身學習機制，本年共辦理相關階段訓練11個班別，分別為1.農業入門班(園藝產業) I，2.初階班訓練 - 設施蔬菜栽培班，3.進階班訓練 - 有機蔬菜栽培管理班，4.農業入門班

(農藝產業)，5.進階班訓練 - 設施蔬菜栽培管理班，6.進階班訓練 - 葡萄栽培管理班，7.進階班訓練 - 花卉栽培管理班，8.進階選修訓練 - 設施蔬菜栽培管理班(創新技術)，9.進階班訓練 - 水稻栽培管理班，10.高階訓練 - 設施蔬菜高階管理班(經營管理班)，11.農業入門班(園藝產業) II，合計參訓學員為318人。

101年度辦理農民學院訓練情形

訓練班別	訓練日期	學員人數
1.農業入門班(園藝產業) I	05.01-05.03	29
2.初階班訓練 - 設施蔬菜栽培班	05.14-06.08	30
3.進階班訓練 - 有機蔬菜栽培管理班	06.18-06.29	30
4.農業入門班(農藝產業)	07.03-07.05	30
5.進階班訓練 - 設施蔬菜栽培管理班	07.16-07.27	31
6.進階班訓練 - 葡萄栽培管理班	08.06-08.17	30
7.進階班訓練 - 花卉栽培管理班	09.03-09.14	26
8.進階選修訓練 - 設施蔬菜栽培管理班(創新技術	09.25-09.27	42
9.進階班訓練 - 水稻栽培管理班	10.15-10.26	20
10.高階訓練 - 設施蔬菜高階管理班(經營管理班)	11.06-11.08	20
11.農業入門班(園藝產業) II	11.20-11.22	30
合計		318



參訓學員開心學習歡欣結訓合影



葡萄班學員專心聆聽張致盛場長指導田間實習與操作



有機蔬菜班蔡宜峰分場長講授堆肥之應用

農業推廣人員在職訓練

廣人員專業訓練1班，合計237人。

辦理轄區內農業推廣人員在職訓練，
101年完成農業推廣人員訓練1班，家政推

101年度農業推廣人員在職訓練情形

訓練班別	訓練日期	學員人數
家政推廣人員專業訓練班	03月13日	117
農業推廣人員訓練班	11月28日	120
合計		237

中部地區農業後繼者培育訓練計畫之成效分析

行政院農業委員會主辦的「農民學院訓練計畫」，以鼓勵青年體驗農耕生活，投身農業經營為目的，本計畫針對其訓練成效進行研究。針對本場進階訓練班學員發出問卷60份，回收有效問卷共56份。受訪者基本資料其中男性45位，佔80%；女性11位，佔20%。年齡分佈以介於35~45歲為最多，佔70%。教育程度以大學專科畢業為最多，佔56.3%。受訪者目前主要從事相關農業產業或職業以農業設施蔬菜為多，佔95%。學員參加農委會「農民學院」後，受訪者表示從農意願程度受影響者佔75%強。在改善學員投入農業的意願上，願意從農原因主要以技術提昇(83.3%)為主。影響從農原因主要有為無耕地或面積太小(66.7%)、農業所得偏低(66.7%)及資金週轉困難(66.7%)。會影響到學員投入農業意願的因素主要有，有耕地品質、農業資金缺乏、環境水質污染、耕地取得、農業勞動力不足、農產品價格不穩定、農藥成本負擔太重、農業所得水準、耕地面積太小及勞動力老年化等。而在政府推行的相關農業措施，學員認為那些農業措施應優先加強或改善者有擴大辦理農業低利貸款、協助或指導農業污染防治工作、發展地方特產、小地主大佃農計畫、農地銀行、加強督導農會之服務功能、指導農民病蟲害防治技術等。從資料分析上，學員結訓後因所學習之新技術使農業生產增加產值增加約在五成左右，顯示農民學院結訓學員因所學習之新技能應用於農作物生產時，可有效利用並

因此改善其生產所遭遇之問題，對青年農民後續經營上助益極大。

農民服務團隊走動式下鄉現場診斷之方法建立與成效分析

本研究以參與「傾聽人民心聲諮詢暨農業技術諮詢服務座談會」農民為調查對象，瞭解服務團隊需要改善之處及成效分析，共回收有效問卷196份。資料顯示農民對走動式服務團隊下鄉的服務滿意度高，也認同辦理走動式下鄉服務有其必要性，如再次舉辦下鄉服務座談會，參加的意願相當高。臺中場提供的技術說明主題，符合當地特色或主要作物生產，具有實用性，提供的內容清晰、易懂，農民會參考使用臺中場提供說明之技術。受訪農民參與座談會主要想詢問的問題類別為病蟲害防治及作物栽培管理，並認為諮詢會上問題回答具有專業性。對於遇到農業生產上的問題，除了參加諮詢座談會外，主要以電話諮詢為主，農民採取的問題解決管道，考量使用解決方法的便利性及可近性，更是願意讓專門的研究人員協助他們至田間現場診斷。調查受訪者曾有臺中場研究人員實際到受訪者田間現場診斷問題占7.8%，現場服務的受訪者都認為臺中場研究人員能解決他們的問題，服務滿意度非常高。服務團隊需改善之處，建議現場的問題能直接回覆給提問者、增加下鄉諮詢服務的時間及提供更深入的專題或於諮詢會時建議農民可以尋求「農民學院」的管道，來增加專業的知識。

農業經營

推動農業產業整體發展

本場為提升轄內各鄉鎮農民團體、農業產銷班經營之效率，101年在一般行政項下研提推動「臺中區農業產業整體發展計畫」，針對有需求之農民團體及相關單位予以補助，藉以促進該產業永續發展。在該計畫項下，補助農民團體及農業產銷班辦理蔬果品質評鑑7場、農特產

品促銷活動2場、觀摩訓練1場、產銷設施補助2班、擴充設備7單位等多項硬體補助與相關農業產業活動。總計有14個農民團體研提計畫申請，受惠相關農業產業有葡萄、梨、紅龍果、鳳梨、番石榴、稻米、茄子、柳橙、蔬菜、香蕉、荔枝、椪柑、木瓜、文旦柚及其他特作等數種作物，總計補助經費達2,422,100元。



由本課會同主計及政風人員查核計畫執行成果



藉由評鑑活動提高茄子品質與競爭力

小地主大佃農政策推動與輔導

101年度輔導大佃農擴大經營規模計有27人次，面積127.5公頃，除協助撰寫經營及補助計畫書外，還協助縣府辦理

初審工作6次，也參與農糧署的複審工作3次，為了讓政策能落實到基層並讓農民充分瞭解，也派員至各宣導場合擔任講師，年度累計達7次。

小地主大佃農政策輔導統計表

輔導項目	次/公頃
輔導人次	27
輔導面積	127.5
初審會議	6
複審會議	3
相關文章	1
宣導講習	7



大佃農以補助網室提升經營效益



擴大經營主力產品 - 蘆筍

農業產銷班輔導

本場派員下鄉協助產銷班解決班務及生產問題，並宣導及講授有關政策、經營及產銷之課程，以提升產銷班之企業化及現代化能力。101年另進行外埔區紅龍果

產銷班第1班、臺中市豐原區柑橘產銷班第5班、臺中市新社區花卉產銷班第7班、大村鄉葡萄產銷班第22班之班組織、生產、行銷、財務及現場等經營管理改善工作。

101年輔導農業產銷班之執行情形

輔導項目	班/次
參與班會	24班
經營診斷	4班
講習會	10次
座談會	206班
班活動	32次



輔導外埔鄉紅龍果產銷班班務運作



輔導二水白柚產銷班地產地消

農業產銷班資料庫管理

為建立正確農業產銷班資訊，提供本場同仁技術輔導與推廣應用，農經研究室針對已核准登記及異動之產銷班建立自有資料庫，至民國101年12月31日止，臺中地區共更新及維護1,587班。各產業

班別分別為果樹644班、蔬菜378班、花卉178班、特用作物128班、水稻58班、菇類56班、雜糧22班、蜂業15班、休閒農場8班、毛豬47班、肉雞12班、蛋雞5班、牛14班、羊10班、鹿9班、水禽2班及其他類1班。

101年臺中地區農業產銷班整合情形(民國101年12月)

產業別	臺中市	南投縣	彰化縣	小計
果樹	318	160	166	644
蔬菜	79	133	166	378
花卉	44	63	71	178
特用作物	10	109	9	128
水稻	29	4	25	58
菇類	21	23	12	56
雜糧	7	4	11	22
蜂	4	6	5	15
休閒農場	1	7	0	8
毛豬	16	5	26	47
肉雞	4	3	5	12
蛋雞	1	0	4	5

產業別	臺中市	南投縣	彰化縣	小計
牛	3	1	10	14
羊	2	3	5	10
鹿	0	8	1	9
水禽	0	0	2	2
其他	0	0	1	1
合計	539	529	519	1,587

中部地區地產地消經營類型之可行性評估

以中部地區的地產地消類型來看，大概可分為四大類，第一種是農家的直銷店，第二種是休閒、觀光農園，第三種是季節性農夫市集，第四種是常態性農夫市集。本研究以經營者之組織運作、賣場的立地條件、銷售產品品項、銷售活動、財務及顧客服務等六大面向，來綜合評估其經營地產地消的可行性。結果發現，季節性農夫市集的消費者有51%住在鄰近10公里內，而農家直銷店的消費者有一半住在

5公里內、一半住在5公里外，常態性農夫市集的消費者離市集較近，有80%住在10公里內，而休閒、觀光農園的消費者大都來自5公里以外地區，所以以上四種類型除地產地消外也有地產地銷功能。至於以各面向之綜合性分析結果來看，農家經營的直銷店與休閒、觀光農園，在地產地消可行性的評估分數方面非常相近，如能加強產品規劃，應該可行。而常態性農夫市集多由農民團體或協會經營，在評估分數方面高於農民團體或政府經營的季節性農夫市集，是最可行的地產地消類型。



臨時性農夫市集



常態性農夫市集



農家貨攤



休閒觀光農園

農產品行情報導

為提供農民轄區主要農產品批發市場交易行情，101年於本場月刊或農業雜誌發表梨、番石榴、荔枝、鮮食葡萄、茭白筍、龍眼、椪柑各市場各月份交易行情分析，及每日自農委會農產品交易行情網站

(<http://amis.afa.gov.tw>)中查詢臺中地區主要批發市場農產品之行情資料，並印出溪湖果菜市場每日交易之菜種平均價，公佈於本場農民服務中心，隨時提供農民查詢。

101年重要蔬菜產地價格行情表

交易日期：101.1.1~101.12.31

市場名稱：溪湖鎮果菜市場

總交易量：42,220公噸

總平均價：20.2元/公斤

產品名稱	平均價(元/公斤)	交易量(公噸)
花椰菜	16.9	15,059.7
胡瓜	15.6	1,119.4
花胡瓜	29.0	576.0
冬瓜	12.4	603.9
絲瓜	20.3	1,204.6
苦瓜	31.7	1,728.3
扁蒲	11.6	370.6
茄子	35.6	745.9
番茄	29.1	414.5
甜椒	44.0	2.5
豌豆	73.5	648.9

產品名稱	平均價(元/公斤)	交易量(公噸)
菜豆	39.6	202.5
敏豆	47.7	181.6
青花苔	14.8	1,229.9
越瓜	11.7	307.9
南瓜	15.1	171.2
虎豆	60.1	1.6
甘藍	12.9	6,963.4
包心白	11.5	3,178.0
蘿蔔	10.1	1,553.8
胡蘿蔔	15.7	476.6
洋蔥	18.0	312.3
青蔥	42.7	779.3
韭菜	53.0	2,459.0
萵苣莖	20.6	47.2
芋	43.3	11.6
大心菜	20.5	520.2
球莖甘藍	11.8	1,349.9
<平均/小計>	20.2	42,220.4

推動中部地區主要農產品產銷履歷制度計畫

配合農委會推動農產品產銷履歷制度，101年總計輔導56個果樹產銷班(面積209.8公頃)；18個蔬菜生產單位(面積87.8

公頃)；及13個稻米產銷專區及農民團體(面積454.3公頃)通過驗證，另外辦理產銷履歷制度行銷基礎班、行銷應用班訓練2班，提供各品項TGAP手冊給150個農民參考與紀錄，並協助提供技術諮詢與輔導。

101年農產品產銷履歷驗證單位與面積

(截至12月31日止)

產業作物類別	驗證單位數	驗證面積(公頃)
果樹	56	209.8
蔬菜	18	87.8
稻米	13	454.3
合計	87	751.9

農村農業資訊專員培訓

101年新辦農業資訊專員計畫，本場派果樹、蔬菜、花卉、稻米、農業推廣專長之研究人員10人，參加農委會農業資訊專員種子講師訓練，以教育產銷班具備嫻熟產業資訊、具正確解讀及詮釋資訊能

力，認識產業之資訊類別，農業資料與資訊應用。本場資訊專員種子講師共培訓果樹、蔬菜、花卉、稻米產銷班班員50人擔任農業資訊專員，應用網路、信箱、手機、傳真機接收最即時之農業新聞、生產技術與市場行情資訊，並傳遞給其他班員。

101年農村農業資訊專員培訓

辦理時間	辦理地點	訓練名稱	參加人數
10月09日	本場推廣課電腦教室	農業資訊專員雜糧、稻米產業班	20
12月05日	本場推廣課電腦教室	農業資訊專員蔬菜、花卉、果樹產業班	30
合計			50



農業資訊專員雜糧班訓練情形



頒發農業資訊專員結業證書

水稻大佃農擴大經營規模效益之研究

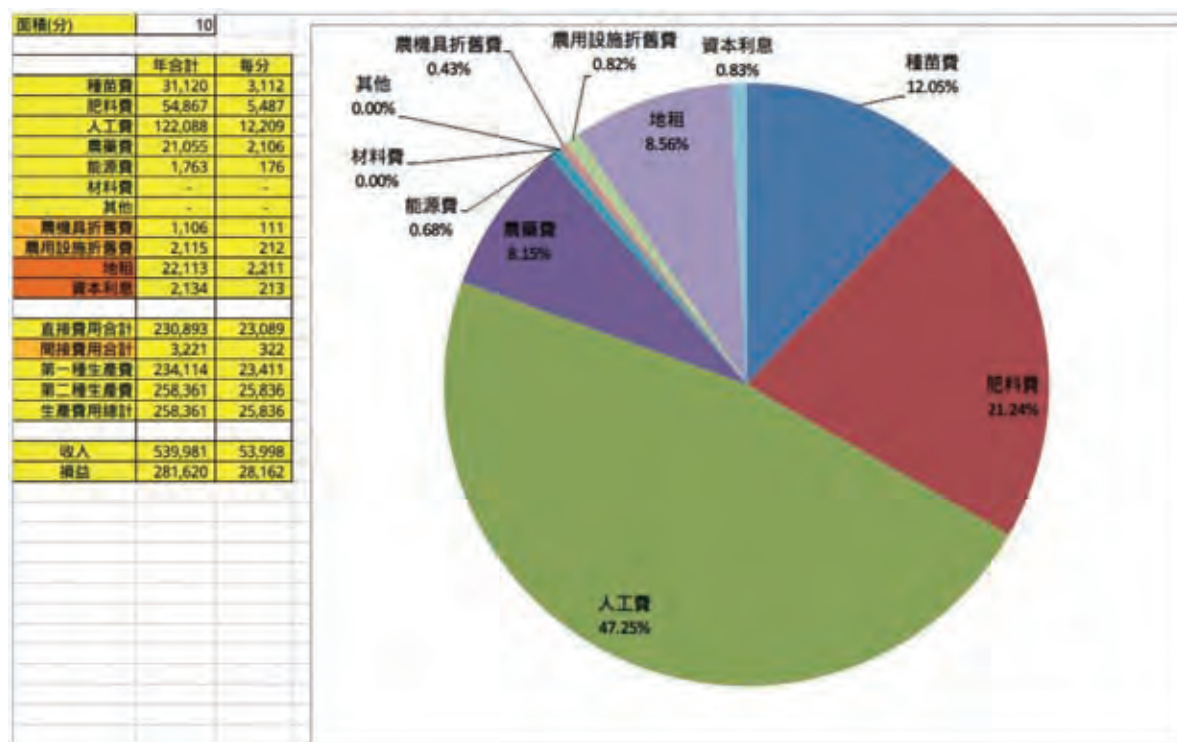
本研究的主要目的為瞭解稻作大佃農擴大經營規模後，不同經營模式與經營面積之成本收益，以瞭解計畫推動情形及大佃農對計畫執行之效益。研究結果顯示，稻作擴大面積居各項作物之冠，臺中地區稻作大佃農分為雙期水稻型及水稻輪

作型兩種經營模式，未來本計畫調查之大佃農若原與地主之約期到期者，以供舊約及續約繼續參與計畫時，建議1.雙期水稻大佃農：應配合政府政策方向轉而以調整耕作制度活化連休農地，種植進口替代及具外銷潛力作物，以改變產業結構，並參加稻米產銷專業區契作栽培臺稈9號良質米，選擇補助每公頃4萬元租金，全部繳交糧商之方案。若無轉作其他作物之條

件，且栽培品種固定則可選擇補助2萬元租金繳交公糧之方案。2.水稻輪作型大佃農：可維持原有一期水稻二期種植進口替代及具外銷潛力作物，行有餘力在裡作期間種植雜糧或無產銷失衡之作物，此種經營模式，在參加大佃農擴大經營規模後之農家賺款較大佃農前增加187,114元/ha，也較雙期水稻型大佃農擴大經營規模後之147,186元/ha，增加211,758元/ha。

農業生產成本記帳軟體開發

本場以EXCEL設計成適合各種作物紀錄成本、收益及損益分析之軟體，可讓農民以流水帳方式記錄，而隨即可獲得成本分配百分比圖，進而可依此來檢討改進生產方式。



提升稻農合理化施肥技術及效益之研究

本研究的主要目的，是為了瞭解中部地區水稻施肥狀況，進而探討稻農實際施

肥量高於推薦施肥量之關係。肥料供應不足，水稻的產量常會受到影響；但過量施肥之手段亦會對水稻本身和生態環境造成傷害，不僅浪費寶貴的肥料資源，也會造成農友金錢上的損失，過與不及

都會造成負面影響。研究發現中部地區農民大都了解合理化施肥之涵義，96.5%的農業從業人員表示支持政府推行該政策，僅有少數持反對意見，但若肥料價格持續上漲50~150元，將會考慮採行該措施，而合理化施肥的資訊來源有43.9%來

自基層農會占最多，其次是改良場人員及座談會或觀摩會。農友不願參酌水稻推薦施肥原因，主要是自認推薦量太少，約占26.9%，其次是受習慣性施肥所影響及農忙無法配合等。

農村生活研究

輔導農村生活與社區人文發展

為提高農民生活素質，輔導農會參與社區生活服務及推廣農村生活改善，本年度共輔導轄區農會執行重點工作：強化家政班功能653班、高齡者生活改善54班、

農村社區生活服務中心9處、家政專業職能訓練6班，24個社區辦理創新農村社區人文發展計畫，增強社區營造工作知能及社會服務能量以活化社區機能。

101年輔導強化農村婦女生產、生活經營能力及創新農村社區人文發展計畫辦理情形

項目	縣市別	臺中市	南投縣	彰化縣	合計
強化家政班功能(班)		309	114	230	653
農村高齡者生活改善(班)		22	11	21	54
農村社區生活服務中心(處)		5	0	4	9
家政專業職能訓練(班)		0	2	4	6
創新農村社區人文發展(社區)		1	8	15	24

發展農特產地方料理、伴手與農業產業文化工作

進行地方農特產料理與伴手之研發、宣導與行銷，輔導臺中地區發展地方農產伴手旅遊伴手類12項，組合禮盒、女兒禮彌月禮盒9項。為推動兼顧人文與自然的

農村文化建設，輔導農會辦理產業文化研習班與文化活動，帶動地方產業發展，建立具有產業、社區、文化相結合的農村新面貌，本年度輔導轄區9單位辦理農業產業文化研習班及17單位辦理農業產業文化活動。

101年臺中地區辦理發展農特產地方料理、伴手與農業產業文化情形

項目	縣市別	臺中市	南投縣	彰化縣	合計
發展地方農產伴手					
旅遊伴手(項)		4	4	4	12
組合禮盒、女兒禮彌月禮盒(項)		3	4	2	9
農業產業文化研習(單位)		2	4	3	9
農業產業文化活動(單位)		4	5	8	17



101年臺中地區農特產旅遊伴手禮

農業傳播

本場主動積極提供農業政令、科技、新知及消費等資訊，以即時和免費藉傳播媒體，使農友及消費者能立即獲得及應用這些資訊，以促進農業的永續發展，並爭取農友及消費者對農業及農產品之支

持。配合行政院農業委員會農業施政宣導，提供會本部17篇新聞稿及在會本部舉辦2次例行記者會；另配合本場各業務課室實際需要，發佈新聞稿44篇及召開記者會2次，以傳播農業資訊，並提供大眾傳播媒體運用，經媒體刊出計有210則次。

101年度媒體播出及刊出情形

媒體	則數	百分比(%)
中國時報	5	2.4
聯合報	5	2.4
自由時報	6	2.9
臺灣時報	12	5.7
青年日報	10	6.0
民眾日報	3	4.8
中華日報	5	2.4
真農報	7	3.3
臺灣導報	1	0.5
臺灣商報	1	0.5
電子報	122	58.1
廣播	33	15.7
合計	210	100.0



召開記者會傳播農業政令、科技、新知及消費等資訊

中部地區家政推廣教育對農村婦女生活素質影響之研究

本研究旨在探討中部地區家政推廣教育對農村婦女生活素質影響，生活素質指標係以德菲法問卷調查建立『增進個人身心發展』、『強化個人能力』、『促進人際互動與關懷』、『提升家人生活福祉』四大層面51項指標細項，據此設計問卷內容。以臺中市、南投縣及彰化縣之家政班員為對象進行問卷調查，共得有效問卷627份，資料分析採用SPSS統計軟體為分析工具，瞭解整個樣本變項的分佈情形及變項間關聯性。其重要結果發現如下：

1. 受訪家政班員平均年齡為54.4歲(偏中高齡)，加入農會家政班平均年數為10.3年，教育程度以高中(職)最多，目前主要職業或工作以家庭管理最多。
2. 家政班員生活素質得分最高為「促進人際互動與關懷」，其次依序為「提升家人生活福祉」、「增進個人身心發展」、「強化個人能力」。
3. 參加家政班年資對生活素質影響力最大，年資愈深，接受家政推廣教育之影響愈多，整體表現在生活素質上得分亦愈高，顯見家政推廣教育確有提升生活素質之成效。
4. 建議家政推廣教育對「強化個人能力」層面再加強教育訓練，如在班會中主持班會及方法示範等能力。另配合農產品產地消費及食農教育之推動，加強農村婦女農產品生產、簡易加工及銷售能力，輔導開創副業，增加經濟所得。

農民團體開發農特產伴手產品行銷成功因素之研究

近年來農民團體希望能將具有地方特色的農特產開發為精緻、美觀、具有地方特色的伴手產品，每年研發的伴手產品很多，本研究希望了解伴手產品行銷成功之關鍵因素，以提供未來新產品開發方向及行銷之參考，藉以提高重要農特產品的競爭力。本研究採德菲法(Delphi Technique Method)，邀請6位專家完成來回2次之Delphi問卷調查後，進行意見修正與檢視，研究結果顯示，「產品」構面下關鍵成功因素的項目中，其關鍵成功因素最重要的為「新產品有創新、創意」；「價格」構面，以「產品販促組合」項目為最重要關鍵因素；「通路」構面，其關鍵成功因素最重要的為「與鄉鎮特色整合」；「行銷溝通」構面，以「挑選具服務熱忱的行銷人員」為最重要的因素；在「顧客」構面，最重要的因素為「顧客滿意程度」；在「資源」構面，專家群認為「農民團體自有資金」、「經營者(總幹事)行銷規劃能力」、「員工教育訓練」、「客服體制」皆為最重要的成功關鍵因素。針對研究結果給予建議：1.未來在開發新的伴手產品時建議在產品的部分因朝向「新產品具有創新、創意」，且該產品應有「獨特性」，對於產品的品質管制也必須嚴格把關，利用當地原料新鮮、健康等優勢，研發具有在地特色的地方伴手產品。2.產品的行銷方面，可以利用產品之間的組合，價格訂得比買單一產品時還要優惠，可以促進消費者的購買，增加產品的銷售量及商店的業績。3.在整體行銷策略方面，農特產品除了透

過農會的展售中心與策略聯盟的銷售功能外，還可以配合當地文化、傳統節令及當令季節時材行銷，透過商品的包裝設計，以商品化建立農特產品的附加價值，加上在地的故事，藉由一系列的活動，將伴手產品與鄉鎮特色整合，行銷農產伴手產品。4.在農民組織研發伴手產品的構思大部份為領導者或員工，對於相關人才的培育確實不足，應加強由學術研究機構，在專業知識與專業技能方面，提供所需之課程服務，課程可包含研發產品、品質管制、客服體制服務，並加強領導人的行銷規劃能力。無論在客戶服務或在販賣產品時，宜加強員工的服務態度，需熱忱且親切有禮，同時充分瞭解顧客的需求。

農民及消費者服務

本場為推展各項農民服務工作，101年度接待國內來訪貴賓及農民2,259人次、國外來賓497人次，提供各項農業諮詢服務及推廣教材共計16,030人，包括診斷服務11,341人次，電話服務2,534人次，信件服務53人次，E-mail服務607人次，傳真服務28人次，簡訊服務3則，全場同仁下鄉服務1,464人次；另派員擔任講習會講師483場次及派出講師554人次。

101年本場農民服務案件

服務項目	次數	人數
引導國內團體參觀	49	2,259
引導外賓參觀	30	497
擔任講習會講師	483	554
農民諮詢服務及教材提供	16,030	16,030
(1)診斷服務	11,341	11,341
(2)電話	2,534	2,534
(3)信件	53	53
(4) E-mail	607	607
(5)傳真	28	28
(6)簡訊	3	3
(7)同仁下鄉服務	1,464	1,464



接待國內外團體參訪及提供諮詢服務

臺中區農業改良場來場農民及民眾服務工作效益分析之研究

本研究將農民暨消費者服務工作區分為教材提供、問題諮詢、參觀引導及土壤檢驗等4項區塊，進行滿意度評估調查，瞭解農民及消費者對臺中區農業改良場之服務滿意程度及建議事項；寄出紙本問卷1,031份，回收有效問卷431份；依調查結果顯示，受訪對象中之男女比例有明顯差別，以男性居多佔83.1%，女性則佔16.9%，且年齡分布上以50~59歲之受訪者較多，60歲以上之受訪者次之，顯示臺灣從事農業生產活動者以中老年的男性為主，農業勞動人口老化的現象明顯，鼓勵青年朋友回鄉從農的政策勢所必行，以維持臺灣農業產業之產銷功能。在教材提供、問題諮詢、參觀引導及土壤檢驗等

4項服務工作區塊中，受訪者多認為臺中區農業改良場所提供的各項服務對從事農業經營工作上是有幫助的程度以上，其比例分別是90.6%、90.3%、86.9%和90.2%，且受訪者對4項服務的整體滿意程度亦多表示為滿意及很滿意之程度，其比例分別為93.3%、94.5%、92.3%和92.9%；調查結果亦顯示在資料索取類型、問題諮詢類型、農業參觀項目中多以病蟲害防治及土壤肥料之領域居多，而於土壤檢測中受訪者需要進行土壤檢測之原因，多因為需瞭解土壤肥力以作為施肥用量之參考依據，在此需求下受訪者選擇至臺中區農業改良場進行土壤檢測之原因，以臺中區農業改良場所提供之資料準確及建議適當為主，此外可免費檢測亦為受訪者主要選擇原因之一。