

如何提昇園藝作物

之市場競爭性

※ 柯立祥

產品市場包括國內市場與國外市場兩種，其銷售並不完全相同，特別是國外市場，除受市場需求量、消費習慣（如紅花、白花）及替代性產品多寡之影響、或同類及相同產品間競爭力大小之影響外，國外市場往往有政治或經濟及其他不平等因素之干擾。

一般而言，在一個自由開放之市場中，產品競爭之強弱，除前述因素外（需求、習慣、替代性），則完全取決於產品之成本與品質之高低而定（價格）。成本愈低，品質愈高，則競爭力愈強；反之，則愈弱。所以任何產品之生產，以及為提高該產品在市場之競爭力，這兩方向均為努力重點。

農產品成本，包括採收前之生產成本與採收後之運銷成本。從種子、種苗→整地→種植→田間管理→採收、集運→消費者（市場），每一階段或環節，其所佔成本之比重大小或高低，都必須有所瞭解，某一階段是否可以省略或成

本可以降低（如擴大經營規模、共同經營等），都必需加以思考或請教專家（省工化、機械化、自動化、效率化），很可能利潤就在您降低成本的部份。

至於農產品之品質（特別是園產品尤為重要），則包括外觀品質、內在品質及安全品質三大項。

(1)外觀品質則包括形狀、大小、色澤及其他不良缺點（如病蟲害、機械傷害、疤痕、不清潔等）。

(2)內在品質則包括質地（口感、脆度、多汁性）、風味、甜度、酸度、糖／酸比及營養價值（碳水化合物、蛋白質、脂質、礦物質、維生素等）。

(3)安全品質，愈來愈受重視（如清潔、無農藥品、安心蔬菜），包括農藥殘留（毒）、重金屬污染（如鎘污染等）、天然毒物質（素）（如黃麴毒素）、微生物污染（霍亂疫區）、致癌物質……等等。安全問題有些是人為可控制的，有些是天然或人為造成，但不是單一人可控制的。

因此在園藝作物之栽培生產以及提昇市場競爭性方面，下列幾點是值得我們共同深思檢討的：

1. 作物之種植：應考慮適地適作（種）之原則，並考量質優而具地方（區）性之產品，利用栽培管理或產期調節技術或品質特性，分散產期。
2. 提高經營效率，降低生產成本：包括擴大經營規模（或產銷班隊之整合）、記帳制度（供評估及檢討經營管理與效率及成本分析）、合理施肥、灌溉排水、病蟲害防治、田間栽培管理與各項作業之機械化、省工化、效率化、甚至自動化……等等。
3. 提高產品品質：包括內外品質及安全品質等等，特別是園藝作物之生產，產量雖然不能忽視，但品質在市場競爭上更為重要。

園產品採收後，爲了市場競爭更必須做到下列幾點：

徹底做好選別及分級包裝：生產者必須以消費者立場考量，畢竟消費者才是農產品最有力的支持者，沒有消費者之支持，再便宜再好的產品都是垃圾，所以不可以存有欺騙或佔小便宜之心態。

農產品商品化：爲了提升園產品在市場之行銷或競爭能力，必須設法將農產品商品化（轉化成商品），依市場及消費者之需求，確實做好包裝（如小包裝），並賦予特殊品牌，設法在市場上建立並打響品牌與特色。

精美而醒目之包裝容器設計：包裝容器之設計、大小規格以及圖案設計等等，特別是圖案之設計爲塑造產品風格、建立自己品牌極爲重要之一環。圖案設計時，應先瞭解市場銷售之特點，並採用鮮明、醒目易理解而美感的圖案，以凸顯產品之特性、特色以吸引購買者，俾

能一舉奏功，這點在產品爲建立品牌，在初上市時最爲重要。不可有推出後反應不好再改變的心理。關於圖案設計，可由農民團體將擬包裝產品特性與欲表達之訴求，提供於專業設計者，再就所設計之圖案中遴選適合者委請紙器廠製作。總之，良好的包裝設計，可以引起消費者之好感，對產品形象之塑造很有幫助，又可增加附加價值。

良好之鮮度（或保鮮）管理：有了良好的產品品質與分級包裝，也需有良好的鮮度（或保鮮）管理，才能確保最好的商品（產品）給消費者，否則功虧一匱。此方面在採收後處理與保鮮的技術，可就近向學術或研究單位或改良場請教。諸如產地預冷、冷藏運輸、市場鮮度管理（低溫、噴水……）等等。

加強共同運銷或直銷體系：量的增加，除了可充分做好選別及分級外，又可持續而穩定之供貨，且可增加價格談判之籌碼。直銷體系可減少運銷層次過多，而減少中間費用。

建立正確而靈通之市場資訊管道：方能有效而靈活的掌控作物生產與市場供貨、調配，減少風險。

總之，身爲農業經營主體之農友、合作社、合作農場或生產班，爲提昇產品在市場之競爭能力，除應考慮市場需求與相對競爭產品之優劣外，首先應以本身個別經營之園藝產業爲基礎，從經營作物種類、經營規模、經營效率、成本、產量、品質……等多方面仔細思考與分析，發掘出自己生產之產品優缺點，以創造產品在市場之競爭優勢，方能立於不敗之地。總之，農業生產不是不賺錢，而是要靠腦筋靠技術及靠效率，別人能我亦能，別人不能我也能，那有不賺錢之道理。