



吳恪元教授：

農產品專業產銷及市場消息處理



農產運銷的進步過程，可分為三個階段。第一階段的重點在生產，第二個階段在銷售管理，第三個階段在運銷觀念。

第一階段的特質，注重生產技術及生產量，但沒有顧及市場的發展。集中全力於產品的量與質的改進，却疏忽了消費者的需要。

第二個階段強調高銷售量，使生產區域與銷售區域密切聯繫，以達到生產的目的。同時產生了銷售經理人制度。銷售技術的改進，以及有效迅速的分配，為這一階段的主要課題。

第三個階段強調運銷管理以及投資利潤，認為高銷售量並不代表高利潤。所以消費者的需要，以及運銷經理人才的培養，是這一階段研究的主题。現代化的運銷觀念，是先作運銷研究及銷售預測，以消費者為主，獲得肯定而確實的答覆後，再計畫生產。

現代化農產運銷，除了重視消費者需要及運銷組織外，對於市場消息、長期計畫，以及新產品新技術所引起的運銷問題，都要隨時注意。

運銷的科學研究，目的在解答消費者提出的種種要求，同時，也不要違背生產者的營利計畫。

農業推廣工作人員，與現代化農民共同工作時，要將管理的功能（計畫、組織、控制）應用於市場活動，並以數字根據，解決市場管理問題運銷問題。新的研究方法，應用具體計畫，以配合現時日趨大型化的規模。設計也要以將來的研究發展為前題。

農產市場消息處理的現代化方式，應注意下列四點：

(一) 廣大報導範圍：農產品品質間差異頗大，其價格及供給消息，須有專指的等級與特定的意義。一種農產品常同時有數種用途，消息要針對專門化用途報導。

例如鮮食青果市場的叫價，不能與加工用青果的叫價混淆。報導時力求具體，愈有應用價值。

(二) 適應市場變化：動態經濟下的運銷過程與方法常有變化，市場消息必需配合變化，才能隨時應付。

例如運輸工具時有改變，過去依賴鐵路運送的數字資料，自卡車運輸發達後，就失去了代表性。

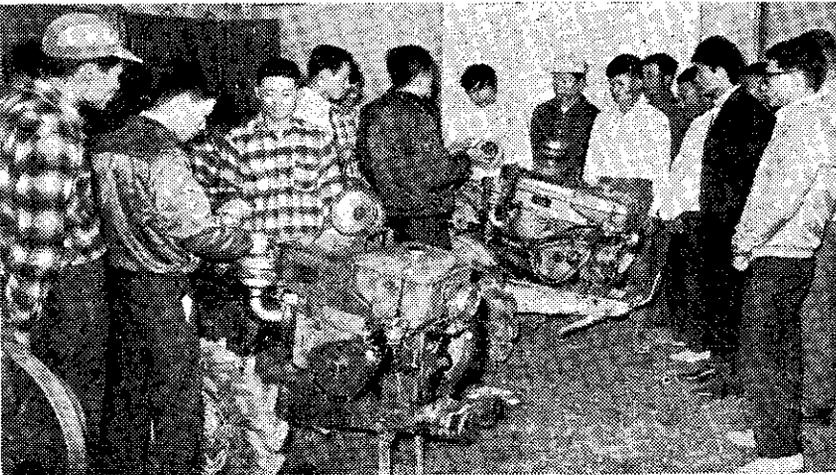
近年來農產品加工的數量與方法，有顯著變動。以往青果與蔬菜加工業並不重要，現已成為一種新興企業。本省新發展的洋菇加工業，也需要一套新市場消息報導制度。

(三) 收集市場消息時，應力求正確齊一。一般市場消息所發布的數字，常有偏高或偏低的情形，應予校正。

編製市場消息時，應考慮非價格競爭 (Non-price Competition) 的因素，諸如金融、運輸成本，各種津貼等。

叫價固有折扣與加價的關係，已不能代表真正的價格。如再加上「非價格的競爭」的諸因素，令編製市場消息者非常困難。編製方法，要求以較少費用獲得更正確與更多的市場消息。才可解決問題。

(四) 市場消息傳播時，時間因素至關重要。新式交通制度的不斷發展，市場消息除利用郵政及通訊社外，另有電話、電報及廣播，甚至電視的應用。每增加一種新交通方法，發送速度的重要性隨之而增，市場消息應用範圍也隨之擴大。因此發送時字彙必須畫一，以免發生誤解，尤在應用地區範圍廣大時更應注意。撰寫通訊稿及廣播稿時用語，應儘量避免用杜撰的字彙。



四健會員學習農機修護技能 (林吉耶)