



第一章 農產運銷的概念

焦點統整

第一節 運銷之定義

▲運銷的意義：〈105、101農九職等〉

一定義：運銷（Marketing）意為市場，所以有人譯作市場學，但實際上市場與運銷的【意義頗有出入】。且其涵義甚廣，包括產品離開生產地一直到消費者手中為止的各項活動，譬如集貨、分級、包裝、加工、運輸、儲藏以及銷售等工作均是。簡單的說，即把【產品從生產者轉移至消費者過程的種種商業活動】，換言之，運銷是一種產品的銷售工作，故又稱為「行銷」或「販賣」。

二學者對於運銷之定義：

- (一)麥克奈爾教授（McNair）將運銷定義為：「運銷是對社會生活水準的創造與輸送。」
- (二)布朗（M.Brunk）與達拉（L.Darrah）二位教授將運銷定義為：「運銷是把財貨從生產地轉移到消費地的過程中所包含的一系列勞務。」
- (三)史坦頓教授（W.Stanton）則將運銷定義為：「運銷是對目前與潛在消費者所希望獲得的產品和勞務之規劃、訂價、促銷及分配等整個系列的業務活動。」
- (四)美國柯爾教授（R.Kohls）對運銷所下的定義：「運銷是把財貨與勞務從生產者轉移至消費者的種種商業活動的執行，使消費者在合理價格下，滿足其在時間、地域以及形式上的各種慾望。」



4 新編農產運銷・供運銷業務實務精粹

(五)拉森氏 (A. L. Larson) 就整個社會為出發點，對【運銷】的解釋為：【在最有效的情況下，配合社會的需要，供應消費者以貨物與服務】。

三運銷在經濟學上的涵義：〈99農工升職、105、104、96、95農九職等〉

(一)經濟學上，凡能創造或增加產品的效用者，皆稱為生產。而在運銷過程中，農產品因加工製造可以創造【形式效用 (Form Utility)】；將產品由此處運至彼處 (運輸) 可創造物品的【地域效用 (Place Utility)】；將產品儲存起來可創造物品的【時間效用 (Time Utility)】；將產品轉售到需要的人手中 (買賣)，可以創造物品的【所有 (占有) 效用 (Possession Utility)】。即運銷可創造物品的「形式」、「地域」、「時間」、「占有」等效用，故運銷也可以說是【生產程序的一部分】。

(二)又所謂【形式效用】係將產品加工變形，以適合消費者的需要；【地域效用】係將產品自生產地區移往消費地區，適時地出售，以調節產品的供需；【時間效用】係將產品儲藏適時出售，以增加效用；【占有效用】係將產品的所有權轉移，由不需要者轉賣給需要者所有，使產品的經濟效用提高。

(三)農產品運銷之主要功能係藉改變產品之【時間效用、地域效用及形式效用】，以均衡產品之【供需與價格】。

四學者對於市場之定義：

(一)克胡佛 (W. H. Kieckhofer) 對市場的解釋為：【市場是一種區域，在此區域內某一貨品的供需力量在服務上相互作用，因而影響某種商品的交易與價格的確立。所謂市場，必在定時定地使賣者與買者結合，且有交易媒介】。

(二)美國柯拉可氏 (F. E. Clark) 對市場的定義：【市場為一中心，具有引導貨品所有權轉手的力量，使貨品自該一中心移入與移出】。



五總而言之，狹義運銷是僅包括財貨從生產地輸送至消費地，種種業務的執行；而廣義的運銷是指能夠提高社會生活水準的財貨的創造與輸送等措施。

參許文富著，2012，《農產運銷學》，正中，頁1～3。

▲運銷活動之主要程序：〈105、103、101、96、95農九職等〉

運銷過程中種種變動，均以【增加運銷效率或減低運銷成本】為目的，且受【經濟性】、【政治性】、【社會性】綜合影響。主要可分三個主要程序，包括【集中、均衡與分散】。批發市場是農產運銷重要環節，負有產品集中、均衡、分散之功能。而運銷的最後目的是【滿止消費者的慾望】。

一、【集中】（Concentration）：農業生產，由於規模較小而單位較多，故其產品零星而分散，在運銷過程中，首須在產地市場蒐集許多農場的剩餘產品，構成一種經濟的運銷單位，例如一車載的貨物（Carload Lot）是。然後由一車載的運量集合為更多的運量，由產地市場集中到批發市場，或由生產過剩的區域集中到生產不足的區域。

二、【均衡】（Equalization）：中心批發市場的任務，即在平衡產品的供給與需要。農產品流入這些市場的時期與數量，是隨著它的季節性而極不規則的，而消費市場的需要，亦隨時隨地而不相同，故須在供給與需要之間加以適當的調節，其作用有如一個蓄水池，由各方面匯集適當的水量，以備附近地區的隨時需要。這一過程可溝通生產地區與消費地區的繁榮，具有調節供需與穩定價格的重要作用，在整個運銷過程中，實居於關鍵的地位。

（一）【時間均衡】：因農產品的生產大多有季節性，而消費則全年一致，故加工商、批發商及零售商，必須在適當地點儲存貨品，以便隨時應付顧客的需要。

（二）【空間均衡】：運銷商將產品自多餘地區運銷到不足的地區，使區域的分配均衡。



第八章 臺灣農產共同運銷

焦點統整

▲目前臺灣三級農會辦理共同運銷之主要產品：〈96農九職等〉

- 一【毛豬類】。
- 二【蔬菜類】。
- 三【青果類】。

▲農產共同運銷之意義與目的：〈103、96、95農九職等、105、104、101農工升職〉

所謂【共同運銷】即為合作運銷，簡單地說，就是生產者本著互助合作的精神，合力將生產品直接運銷到消費市場，以提高本身利益。此種運銷方式通常由生產者自由組成的合作組織例如運銷合作社等來執行。其主要的目的在於：

- 一【縮短運銷過程，減低運銷成本】。
- 二【將生產者零星的產品集中，便於實施大規模運銷，易於分級、銷售、改進產品品質，使產品可以標準化，並降低運銷成本】。
- 三【按時間與地域上的需要，調節產品的運銷數量，達到秩序運銷】。
- 四【藉集體的議價能力，提高生產者的交易地位和產品的售價，增加生產者的利潤】。
- 五【避免不肖運銷業者矇騙，保證取得貨款】。
- 六【確立市場交易制度】。
- 七【獲得相關獎勵措施】。

一般說來，農產品比工業產品更需要合作運銷。原因是工業品生產規



模較大，產品數量多而形狀整齊劃一，且集中一地生產，故在運銷前不需經過產品蒐集的手續，更因加工與包裝工作，都在工廠內完成，工廠本身常可兼營運銷業務。

即使工廠本身不直接主辦運銷業務而委託商人辦理，也因廠主經驗豐富，熟悉市場情形，不致遭受運銷商的剝削，故工業品對運銷合作的需要並不十分迫切。而農業生產由於本身的特質，農產品生產時受到下列各種限制：

- 一【自然的限制，例如氣候等】。
- 二【農產品品質參差不齊，分級困難，且農民也不習慣將其少量產品送往分級】。
- 三【農產品易腐敗而不易儲藏，故必須儲藏而單獨辦理費用也高】。
- 四【農業生產規模小，每一位生產者的產量少且零碎，不能成為一個運銷單位】。
- 五【農民缺乏商業知識，交易時常處於不利地位】。
- 六【農村距離市場較遠，情報欠靈，在出售產品時不易得到較好的價格】。
- 七【農民的資金有限，無法獲得大規模運銷的便利（例如運輸加工或包裝等的方便），加以信用較為薄弱，不易獲得運銷金融的融通】。
- 八【農產品的供需都缺乏彈性，在需求方面，農產品為生活必需品，不能因價格低廉而大量增加需求，也不能因價格高漲而大量減少其需求量；在供給方面，因受自然條件的限制，也不能追隨價格即時調整其生產量】。

農會辦理共同運銷時，應關心【市場價格的漲落】。由於有這些特質，農產品特別需要合作運銷。因此，合作運銷絕大多數是以農產品為主。



▲農產共同運銷之方式：〈103農七升六〉

合作運銷依合作社對社員產品的運銷責任、風險負擔和利潤分配等處理的不同，分成【收買運銷制、委託運銷制和普林運銷制】3種。

一【收買運銷制】：即社員將產品送交合作社後，由合作社以較市價低的價格收買，產品所有權歸合作社所有，嗣後一切運銷業務如加工、分級和銷售等，都由社方辦理，運銷過程中的一切風險也都歸合作社承擔。但當合作年終估算時，盈餘仍歸社員所有，虧損也由社員共同負擔。

二【委託運銷制】：即社員將產品委託合作社運銷，合作社僅居於代理商的地位。產品所有權仍屬於社員，故運銷過程中一切風險也概由社員負擔。產品出售後，合作社僅就其價款中扣取若干比例的佣金，餘款全部交還社員，一切盈虧也歸社員本人負擔。

三【普林運銷制】：普林運銷制（Pooling System）可以避免【收買運銷制】與【委託運銷制】2種的缺點，並調和社員與社方的責任。

(一)普林運銷制是把屬於不同生產的同級與同質的產品混合在一起，分在不同時期內出售，各生產者所得產品的售價是根據每一時期售得的平均價格。在普林制下，運銷合作社可以在某一定期間內，把某一地區的產品混合並分級、包裝，最後按照合作社所擬定的運銷計畫送往市場銷售。

因此，在運銷時並不徵求每個社員的意見，此點與委託運銷制不同，又因普林制並不完全取得產品的所有權，故也非收買運銷制。普林制是介於述二種制度間的一種折衷制度。

(二)普林區域：普林運銷制度下，運銷合作社將社員產品地區劃分為若干區域，稱為【普林區域】。其優點如下：

- 1.【各地區自然條件不同，某種優良產品的社員，如與其它地區生產劣等產品的社員參加同一運銷合作社，必先劃分區域，才可混合運銷】。
- 2.【社員距離市場遠近與交通情形不同，亦有劃分普林區域必



第四章 農產品市場交易和農產品分級包裝

焦點統整



農產品市場交易法

中華民國108年7月17日修正公布第6條、第35條條文，自108年8月15日施行

第一章 總 則

- 第 一 條 〈103農九職等〉
為【確立農產品運銷秩序，調節供需，促進公平交易】，特制定本法。本法未規定者，適用其他法律之規定。
- 第 二 條 〈103農九職等〉
本法所稱主管機關：在中央為【行政院農業委員會】；在直轄市為【直轄市政府】；在縣（市）為【縣（市）政府】。
- 第 三 條 本法用辭定義如下：
一、農產品：指【蔬菜、青果、畜產、漁產與中央主管機關指定之其他農、林、漁、牧業產品及其加工品】。
二、農產品批發市場：指【每日或定期集中進行農產品交易之機構】。
三、農民：指【直接從事本法所稱農產品生產之自然人】。



四農民團體：指【依法組織之農會、漁會及農產品生產運銷合作社、合作農場】。

五供應人：指【向農產品批發市場供應農產品者】。

六承銷人：指【向農產品批發市場承購農產品者】。

七販運商：指【向農產品生產者或批發市場購買農產品運往其他市場交易者】。

八零批商：指【向農產品批發市場購貨，在同一市場內批售農產品予零售商或大消費戶者】。

九零售商：指【向消費者銷售農產品之商販】。

十農業企業機構：指【從事本法所稱農產品生產之公司組織】。

第 四 條 中央主管機關應依照【全國農業產銷方針】，訂定全國農產品產銷及國際貿易計畫；地方主管機關應按年度訂定【農產品產銷實施方案】。

第 五 條 【中央主管機關】應辦理國際農業產銷狀況及農產品行情報導；【直轄市、縣（市）主管機關】應辦理國內農業產銷狀況及農產品行情報導。

第 六 條 農產品之交易【不得壟斷、操縱價格或故意變更質量，謀取不正當利益】。

任何人不得故意散播影響農產品交易價格之謠言或不實訊息。



第二章 共同運輸

第七條 〈104農九職等〉

農產品之運銷，得由農民團體辦理共同運銷，其方式分下列兩種：

一【以供應再販賣或加工為目的之批發交易】。

二【以供應直接消費者為目的之零售交易】。

前項農民團體未辦理共同運銷之農產品或地區，得由【農民或農業產銷班】自行辦理，政府應積極輔導之。

第八條 〈105農九職等〉

農民團體辦理共同運銷及調配，應由各級主管機關輔導；其輔導、獎勵、共同運銷組織、訓練、調配、運銷方式、停止辦理及監督之辦法，由中央主管機關定之。

農民團體共同運銷之農產品，【農產品批發市場應優先處理】。

前項共同運銷，農民團體與其會員、社員、場員及農產品批發市場間，得以【契約生產或契約供應】方式行之。

各級主管機關，對農民團體辦理共同運銷成績優良者，應予【獎勵】。

第九條 〈105農九職等〉

農民團體辦理農產品共同運銷之必需費用，得向貨主收取【代辦費】；其收費標準應報請【直轄市、縣（市）主管機關】核定。



農民團體為分攤農產品在共同運銷過程中所產生之意外損失，得訂定辦法報經直轄市、縣（市）主管機關核定，在各類貨主應得之貨款中提存【互助金】。

第 十 條 〈105農九職等〉

農民團體共同運銷之集貨場，所需用之土地，【視同農業用地】，適用第15條之規定；其房屋稅減稅適用第17條之規定。

第 十 一 條 〈104農九職等〉

農民或農民團體辦理農產品共同運銷，出售其農產品，【免徵印花稅及營業稅】。

第三章 批發交易

第 十 二 條 農產品批發市場為公用事業，其設立及業務項目，由各級主管機關規劃，並得編列預算予以補助。
前項地方主管機關之規劃，應報請中央主管機關核定。

第 十 三 條 〈105農九職等〉

農產品批發市場經營主體，以合於下列規定之一者為限：

一、農民團體。

二、農民團體共同出資組織之法人。

三、政府機關或鄉（鎮、市）公所及農民團體共同出資組織之法人。

四、農民及農產品販運商共同出資組織之法人。