

# 專業區的農民凝聚力與產品品質提升

陳恆學

億東企業股份有限公司

\*通信作者信箱：henry@rice.com.tw

## 摘 要

農糧署自94年起輔導具有行銷能力的農民團體或糧商，結合稻農、育苗業者及加工業者建置稻米產銷專業區，期望將國產米和進口米做出有效的區隔，以突顯產地及品牌特色。億東公司基於服務消費大眾的使命，提升國人食米品質的宗旨，自始就積極投入稻米產銷專業區的運作，將專業區打造成為契作農民的軟硬體(知識與產品等)交流平臺，並選定臺梗9號等良質米品種作為產品主體，藉由專業區的各项運作提升產品的品質。在提升契作農民的栽培管理技術上，本專業區營運初期辦理栽培與病蟲害防治等各项教育訓練提升農民技術，並舉辦各產區與優良農民之觀摩研習會，藉以交流心得，也透過經營良好的班長辦理田間訪視與指導，以拉抬整體班之栽培管理技術。在產品品質提升方面，專業區採取品種純度管理、品種純度檢驗、農藥殘留檢驗與品質加價獎勵措施進行生產源頭的控管，在公司內部則落實品質管理制度，以貫徹「品種、品質、品牌」為中心的「三品管理」。

**關鍵字：**產銷專業區、良質米、臺梗9號、契作。

## 前 言

行政院農業委會農糧署自2005年起積極輔導具有行銷能力的農民團體或糧商，結合稻農、育苗業者及加工業者建置稻米產銷專業區，將國產米和進口米做出有效的區隔，突顯產地及品牌特色。各碾米廠商可依照消費者的喜愛與需求，在種

植前就和農友簽定契約，保障收購，也可以要求農友注重品質，提供消費者好品質的臺灣米。億東企業股份有限公司自計畫初始就加入稻米產銷專業區的建置與營運，透過專業區契作的方式，從生產、加工到銷售連結成「一條龍」的管理模式，並配合凝聚農民對專業區的向心力與提升產品的品質等各項措施，提升產品的競爭力，建立公司品牌與企業形象。

### 強化專業區農民的凝聚力

良好的團體必然有完善的組織規劃，三好米稻米產銷專業區的組織架構以執行長為核心，執行長負責整體目標規劃並協調整合各組的工作，以達成營運目標及最佳營運效益。執行長下設生產組、品管組、財務組、企劃組與行銷組，其中生產組依水稻生產程序又分為稻作生產與加工碾製兩小群，各小組依職務分工，並進行橫向聯繫，達到以專業區為整體的組織概念。

稻米產銷專業區雖是以營運廠商為主體，但卻是以農民為基層組成，農民的凝聚力有助於各項工作的推行。三好米稻米產銷專業區針對廣大的契作農民規畫班組織，運用現有的農事小組或鄰里組織集合鄰近的農民組成班，再遴選德高望重或田間管理傑出的農民為班長，有效協助產銷專業區各項事務的推行。在農民心態方面，臺灣農民具有很強的榮譽感，也就是俗稱的「好面子」，若能善加導引必能有助於產銷專業區優質好米的生產。三好米產銷專業區除在每期作栽培前辦理契作說明會外，於生育期間辦理教育訓練講習會、舉辦優秀農民或產區觀摩會、邀請專家進行田間指導與訪視達到對農民栽培管理的提升，並有助於農民凝聚力的形成。

- 一、辦理教育訓練講習會：在產銷專業區成立初期，邀請農業改良場所的專家針對品種特性、栽培管理、病蟲害防治等項目進行詳細的說明講習，以齊一農民對優質好米生產的觀念，此種教育訓練講習會最多一年辦理14場次。
- 二、舉辦觀摩會：結合參觀、旅遊等行程，辦理優秀農民或產區的觀摩會，引導農民見賢思齊的想法，激發其「有為者亦若是」的決心。

三、進行田間指導與訪視：由於班長對水稻的栽培管理認知與作為通常較班員強，所以賦予班長有平時引導與教育班員的責任，在田間狀況關鍵時期(如：曬田期、穀粒充實期等)，則會邀請農業改良場所專家進行田間指導，針對栽培管理或病蟲害防治給於適時且正確的指導。

### 產品品質的提升

據研究：契作農戶的利潤與效益較一般稻農為高，且稻米產銷專業區的導入會使得輔導契約農戶在收入和利潤效益均優於一般稻農(林, 2006)，所以本公司在三好米稻米產銷專業區內與稻農訂定生產契作，生產優質臺梗9號等品種，並訂定稻穀收購與品質分級檢驗標準如下：

1. 繳交之稻穀內含非契作品種超過5%，視為一般品種收購。
2. 繳交之稻穀成熟度應達85%以上。
3. 繳交之濕穀水份應為30%以內，乾穀應為14.5~15%以內。
4. 稻穀倒伏或發芽0.5%以上，不予收購或減價收購。
5. 乾穀碾白後，碎粒應在5%以內，白粉質粒應在10%以內。
6. 農藥殘留檢驗不合格者不予收購(98年後實施)。
7. 一期作蛋白質應低於7.5%，二期作應低於8%。
8. 為獎勵白米蛋白質含量較低的農民，分兩級品質加價收購，A級5%~5.5%每臺斤加價0.5元、B級5.6%~6.2%每臺斤加價0.3元(96年後實施)。

為求不斷進步、精益求精，收購標準自94年參加稻米產銷專業區不斷增加新項目，實施至今績效卓著。尤其影響食味最重要的米粒蛋白質含量，自96年起實施品質加價措施後，年平均蛋白質含量由96年的7.6%，逐年降低，100年的年平均蛋白質含量已降至6.7%；而領取品質加價獎勵金的農民也由96年的7人，逐年增加，100年已有97人領到品質加價獎勵金(表1)。契作面積也由94年的200公頃增加至100年的843公頃，漸達到公司預定之契作面積1000公頃目標。

表 1.三好米產銷專業區契作面積與品質加價獎勵措施成果

年度	契作面積	平均蛋白質含量			品質加價領獎人數		
		1 期作	2 期作	年平均	1 期作	2 期作	年總計
94	200	—	—	—	—	—	—
95	520	—	—	—	—	—	—
96	440	7.3	7.8	7.6	3	4	7
97	450	6.9	7.8	7.4	31	1	32
98	462	6.7	7.4	7.1	47	15	62
99	847	6.5	7.0	6.8	50	33	83
100	843	6.6	6.8	6.7	59	38	97

另外，產銷專業區也加強內部的品質控管，98年購入生化農藥快速檢測儀器，進行契作農戶收穫前的農藥殘留檢測，合格比例達90%以上且逐年增加，101年1期作已有98%的合格比例(表2)，對消費者提供更完善的保證。產銷專業區也進行品種純度管理，除在契約書上明定異品種不得超過5%外，也透過秧苗補助，誘導農民至簽約育苗場領取秧苗，也加強宣導不得補植非契作品種；而為確保收購與碾製過程的品種純正，除在稻穀進倉時由專業品檢人員取樣進行純度檢查，在卸料口增加1名品檢人員的雙重檢測外，99年起實施品種純度自我管理，自行抽查庫存稻穀與未出場區之產品委託食品工業研究所進行10粒樣品之DNA純度檢測，99~100年共檢測32件，僅1件低於農糧署規定之80%的合格標準(表2)。100年起更參與品種三級繁殖制度之採種田行列，自行繁殖契作稻種。

表 2.三好米產銷專業區農藥殘留與品種純度自我管理

年度	生化農藥殘留快速檢測				10 粒樣品 DNA 品種純度測定				
	總件數	合格	不合格	合格比率	總件數	10:0	9:1	8:2	7:3
98	614	553	61	90	—	—	—	—	—
99	830	775	55	93	14	9	4	1	0
100	1607	1494	113	93	18	9	7	1	1
101/1 期	495	486	9	98	—	—	—	—	—

## 結 語

農糧署自94年起輔導具有行銷能力的農民團體或糧商，結合稻農、育苗業者及加工業者建置稻米產銷專業區，期望將國產米和進口米做出有效的區隔，以突顯產地及品牌特色。此種稻米產銷專業區可藉由營運團體落實「三品管理」的行銷管理，所謂「三品管理」就是慎選品種(項)、嚴控品質與建立品牌，藉由此三者的管控，可以建立營運團體的品牌商譽。億東公司本著此種信念，自94年起就加入稻米產銷專業區的營運，並選擇食味優良且國人熟知的臺梗9號作為契作品種，並藉由教育農民、流程與廠區自我管理做好品質管控，期望藉由專業區好產品的推出能建立起好品牌的形象，真正做到「三品管理」的精神。

## 參考文獻

1. 吳淑慧 2005 規劃建置稻米產銷專業區與輔導措施 農政與農情 152: 43-46。
2. 陳博惠 2008 稻米產銷履歷制度推動現況與展望 農政與農情 194: 40-43。
3. 陳博惠 2008 推動稻米產銷專業區執行成果 農政與農情 196: 23-28。
4. 陳博惠 2011 99年度稻米產銷專業區評鑑暨產品展售會活動記要 農政與農情 223: 24-27。
5. 黃怡仁、張金榮 2013 績優稻米產銷專業區 農政與農情 247: 75-78。
6. 楊明憲 2008 稻米產銷專業區執行績效評估 農政與農情 198: 56-60。
7. 蔡清德 2010 臺灣「稻米產銷專業區」生產效率之研究 臺灣大學農業經濟研究所碩士論文。
8. 黃智彥、張文龍、李蕙玲、賴明信 2011 以社會網絡分析驗證稻米產業的創新擴散 東吳農業經濟學報 73:67-108。
9. 林聖超 2006 一般稻農與契作稻農之利潤效益分析比較 臺灣大學農業經濟研究所碩士論文。

10. 楊明憲、李孟訓、邱美玲 2011 臺灣稻米產銷專業區營運關鍵成功因素與策略規劃之研究 農業經營管理年刊 17:1-26。
11. 張宏政、林淑婷、陳儀甄 2011 農村產業文化創新輔導策略之研究 25:269-272。

## ABSTRACT

The specialized rice production and distribution zones, which was organized by farmer association and milling company and farmer and rice seedling nursing center, were assisted by Agriculture and Food Agency, Council of Agriculture since 2005. The distinction of Taiwan rice and import rice and the rising of good-quality rice producing area and trademark is the goal of specialized rice production and distribution zones. Base on the consumer service and good-quality Taiwan rice objective, our company join in the specialized rice production and distribution zones in 2005. We had made a Taikeng 9 excellent culture contract with farmer. For rise the good practice of farmer, excellent culture training course and farming investigation and assistance were hold by company. For rise the rice product quality, two quality control systems were done. In upper stream of rice production, the rice quality and chemical remain in paddy are investigated in purchase areas. For the outstanding farmer, who had cultured low protein content of rice, were got the extra bounty. In the down streams of rice process of factory, the variety purification and quality maintain were carried out. It's "the three principle of management", means to selected remarkable varieties, good quality control, and made the trademark.

**Key words:** Specialized rice production and distribution zone, Good-quality rice, Taikeng 9, Contract farming.