「有機農產品專櫃專區」輔導員心目中的優等生

台糖量販西屯店

◎李　華

台糖量販西屯店的「有機農產品專櫃專區」，在輔導員鄭英隆的心目中是個優等生。他忍不住地稱讚說：「台糖量販西屯店的有機農產品專櫃（區）做得很好，設立兩年來業績翻倍成長，同時培養出一群主顧客。專區佔地大而完整，看板統一規劃，醒目鮮明，容易吸引顧客的注意，增強了購買意願。」

針對業績的成長，鄭英隆補充說：「西屯店的配合度高，自我要求也高，不會魚目混珠，建立起與顧客的信任。負責專區的同仁如果發現顧客選菜時，不小心將一般蔬菜誤放在專櫃內，會主動放回一般蔬菜區。」

鄭英隆輔導設置「有機農產品專櫃專區」，包含中部地區的大賣場、超市及單點商店。他表示，一般大賣場如家樂福、松青（量販店＆大型超市）等常以出租型態，提供給廠商承租設櫃、設區。因此，要賣場規劃出獨立「有機農產品專區」，集中陳列由數十家不同的有機供應商提供多品項產品，實屬不易。然而單點店家，常受限於營業面積，雖然配合要求規劃出十平方公尺大小的「有機農產品專櫃（區）」，但是無法像台糖這樣大賣場的整區全面的規劃。

擴充「亮點」，有機農產品更吸睛

96 年成立的台糖量販西屯店，是一家結合生活量販與 DIY 居家修繕的複合式量販店，販售萬項商品，有生鮮、食品、日用品、文具休閒、家電、服飾、紡織、傢俱、汽車五金百貨及居家修繕 DIY 商品等，以滿足消費者一次購足的需求，並提供顧客舒適便利的健康生活、創意居家的休閒購物環境。

在提供顧客健康生活的期許下，設置有機生鮮農產品專櫃，銷售台糖自家栽種的有機蔬菜，及多家配合農場的有機蔬果。開幕初期，有機專櫃蔬菜每月營收只有幾千元，天天看著大把大把的蔬菜被報銷處理，生鮮課長丁松生面對極大的挑戰。經過三年的努力，臨近居民慢慢認同台糖量販西屯店銷售的有機蔬菜，每月營收由數千元成長至十幾萬元。

99 年西屯店主動參與行政院農委會輔導的賣場設置「有機農產品專櫃（區）」輔導計畫，兩年下來，有機蔬菜每月的營業額倍數成長，當遇到颱風期間，有機專櫃的蔬菜天天供不應求，常出現淨空狀態。

不僅有機蔬菜的業績翻倍成長外，原本依品項分類陳列在一般乾貨區的統一有機乾貨，西屯店在有機農產品專區的乾貨區特將專櫃集中陳列，每月銷售額更是數倍成長。丁松生表示，集中陳列，讓有機農產品專區成為一眼看見的「亮點」，顧客能夠輕鬆找到所需的商品，並且發現原本不知道的產品，不但增加選購率，也增加了回購率。

有機農產品專區設立後，帶來持續成長的業績，丁松生笑著強調，今年底計畫擴充有機農產品專區，將專區重新整體設計，平面展示的空間規劃成立體陳設，顧客一走進超市，就看到醒目亮眼的「有機農產品專區」。

落實「健康綠色」願景，延續「台糖」精神（國營企業的使命）

丁松生說：「經過這些年的經營，顧客基本上都可以接受有機，價格仍是一般客群考量的因素。看颱風期間，一般蔬菜的價格幾乎與有機相同，顧客都會先選購有機蔬菜。」針對供需落差的情況，台糖量販除了提供消費者健康生活外，同時培植在地農業，著重中南部的發展，以期推向中北部。在中南部成立大型量販店，並以母雞帶小雞的作法，成立社區型的台糖連鎖超市，希望做到提供社區居民健康、安心飲食，並能帶給有志於有機、無毒的在地農民實質效益。

丁松生以栽種轉型期芭樂的鄭俊達為例，原本經商不順的他，轉行栽種芭樂。收成後，常在熱鬧街頭或農夫市集擺攤銷售，收入不穩定外，辛苦栽種的芭樂乏人問津而爛掉丟棄。由於鄭俊達夫婦非常樂意配合攤位解說、推廣，三年下來，營業額從每月幾萬元成長至五倍以上。

這正是台糖多角化經營的期許，協助在地農業減少里程數，降低碳排放量，打造健康、安心的購物環境，回饋一直支持『台糖』的民眾，為下一代保留健康、綠色、永續的台灣，盡台糖為國營企業的使命。不正與行政院農委會推動「有機農產品專櫃（區）」的目標一致！■