|  |  |
| --- | --- |
| **產品 Product** | **價格 Price** |
| 有機蔬果  透過多種蔬果及多樣的蔬果禮盒滿足不同客群,讓民眾能夠挑選我們的產品 | 高單價  以高單價接觸消費者易建立良好品牌形象 |
| **通路 Place** | **推廣 Promotion** |
| 多通路  與各大量販店合作使消費者更容易接觸產品 | 網際網路  目前正透過網頁facebook、E-mail 等和顧客交流並開放媒體採訪及觀光工廠參觀體驗 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Heipful對達成目標有幫助的** | **Heipful對達成目標有害的** |
| **Internal**  **內部組織** | **Strengths優勢** | **Weaknesses劣勢** |
| 1. 適合親子同遊 2. 精準化種植 3. 可視化管理 4. 智能化决策 5. 環境氣候可控 6. 精準施肥節能環保 7. 解放生產力 8. 高品質、高產量 | 1. 智慧農業前期投入太大 2. 農民對物聯網技術尚不了解 3. 投資較高，回收期略長 |
| **External**  **外部環境** | **Opportunities機會** | **Threats威脅** |
| 1. 附近民宿較多 2. 附近過多都市化，民眾較希望親近大自然 3. 所得提升，消費者相對願意支出。 | 1. 地理位置較不佳 2. 由於大眾還未大致認識所以競爭者較多 3. 政府法令並未特別規令。 |

|  |  |
| --- | --- |
| **現有競爭者的威脅** | 1. 競爭者的數目少 2. 競爭者的多樣性多   現有競爭者的農產品較為便宜,買家較有可能選  擇自己能接受的價格。 |
| **潛在競爭者的威脅** | 1. 政策（政府補助推廣） 2. 轉換成本低   各大賣方看到有機蔬菜能夠賺取利潤會跟進效仿,導致我們容易被取代。 |
| **供應商的議價能力** | 1. 現存的替代原料（肥料） 2. 原料價格佔產品售價的比例（設備）   供應商能夠自行考量成本,賺取更大的利潤。 |
| **消費者的議價能力** | 1. 替代品相對的價格效用比   消費者議價能力較高,容易找尋替代品。 |
| **替代品威脅** | 1. 消費者的轉換成本低 2. 替代品相對的價格效用比   現在市面上替代品種類數不勝數,買方擁有更多  的選擇,如何讓大眾挑選我們的產品。 |