

草莓休閒農場經營

金勇DIY休閒農場 彭場長金勇

前言

近年來由於國民所得增加、實施週休二日及生活水準提高，使得休閒人口大幅提升，帶動台灣休閒農業的興起，因台灣土地面積狹小，人工成本高漲，休閒農場的經營必然面臨嚴峻的挑戰，若能將農業與休憩活動互相結合，發揮農業生產、農村生活及生態保育之服務功能，朝向精緻化，發揮自己農場的特色及所長，滿足遊客需求，生產優質安全的蔬果，必然能吸引廣大消費大眾的目光。本文就「金勇DIY休閒農場」的經營管理經驗，提供未來有意朝休閒農場經營者的參考。

農業企業化經營

當決定轉型走向觀光農場的定位確定後，就必須考慮遊客的來源是否足以支撐整個農場的營運，也益發凸顯行銷工作的舉足輕重。農場經營將經濟學及會計學導入農場方式經營，以經濟學的角度，農業真正的利潤是產量乘以價格再減掉成本才是利潤。在農業生產上，往往產量愈高，供給大於需求，價格卻愈低；產量低，需求大於供給，價格就高，還要加計成本，如果成本太

高，就會吃掉利潤。因此農業投資可說是風險性相當高的行業，並不像設立工廠，廠商投資千萬後，機械每天生產；農業不同，一分耕耘才能有一分收穫。

農業自動化生產

農業投資是風險性相當高的行業，舉例來說，一甲地農事需要十名工人來完成，但你只請了兩個人來做，工作根本就無法進行，結果就是沒有收穫，能賺錢嗎？農業生產除了基本的栽培工外，還需要有採收工、分級工、包裝工、運輸費，還有市場成交費用，其中又以勞工成本佔最高，農業的人事成本佔營收的比率，至少高達五成以上，因此如何降低人事成本，才能提高農場的收益，



圖1. 金勇DIY蕃茄農場。

本場主要以栽培番茄及草莓，我們調整人工採收方式，引進軌道式採收，進行自動化生產等方式，才使人事成本大幅減少13.4%，提高收益。

求新、求變、求創意

在台灣經營觀光農場，當你看到商機時，就應該投資，過多的猶豫只會讓商機流失，以金勇農場最初的DIY教室為例，原先只能容納六、七十人的空間，每次有團體遊客來農場，把DIY教室坐滿時，總會掩不住內心的興奮，畢竟有客人消費，才是農場能否持續經營的命脈。但後來有更大的團體預約，必須有一、二百人的空間時，只能失之交臂，眼睜睜的看著生意從門前溜走，當時就覺得很惋惜。因此為了金勇農場未來長遠的發展，第二年忍痛拆掉兩區番茄園，擴充到可容納三百五十人的DIY教室，現在已更進一步擴充到五、六百人的容量規模，即便是十台遊覽車的遊客同時抵達，也照樣可以承接。經營觀光農場，寧可是今年只賺一百萬

元，卻花五十萬元用以投資改善設備，客源就會增加。即使做得很辛苦但還敢毅然繼續砸錢投資，才有成功的機會，客人對農場的感受，深深影響著農場的發展。

行銷經驗分享 共創農業榮景

由傳統農場經營轉型走向休閒農場的定位確立後，再來農場要如何推動行銷工作，我們歸納出幾個行銷策略，以提供參考。

一、發展農產品物流



圖3.草莓高架創意栽培，方便遊客採摘。



圖2.農特產品展售攤位。



圖4.多樣化的農特產品展售。



休閒農場可與生產各種農產品的農民相互配合，將各地的農產品載到農場銷售，如此不僅可幫助農民促銷他們的農產品，我們也有利潤收成，而且透過這種合作模式，約有一至二成的遊客回流再次光臨農場，這一類回流客，就是衝著其中一項農產品而來，但卻也帶動農場裡其他產品的消費，增加農場的整體業績。

二、舉辦活動創意促銷

結合地方特色舉辦活動，首先應吸引媒體注意及民眾目光，第二個是豐富遊客參加活動的內容。如草莓節、草莓公主選拔、草莓評鑑大會、莓大莓小創意料理競賽，讓活動豐富且多元化，吸引新聞媒體注意，可以免費幫你行銷廣告。

三、異業結盟及策略聯盟

異業結盟指的是不同行業的合作，可結合遊樂區、大型飯店、旅遊業及地方產業文化單位，做最有利的整合行銷。策略聯盟則是與同業合作，以新竹縣關西鎮為例，目前約有十家休閒農場，大家都能互相配合，今天有遊客去採橘子，可以介紹他哪裡可採番茄，有客人來採番茄，也介紹他哪裡可以有草莓、橘子好採，大家互相幫助，效果倍增。

四、草莓高架創意栽培

傳統草莓栽培以露天土耕為主，採摘草莓需彎腰，且田區畦溝因灌溉多為泥濘，遊客採摘草莓需換穿雨鞋，較不方便，草莓採收時，若適逢下雨天，遊客則無法進行採果。因此可發展草莓高架創意栽培方式，讓全國消費者了解草莓在下雨天也可以採摘，不用蹲在地上也可以採草莓。

五、草莓相關產品之研發

如草莓醬、草莓酒、草莓香腸、草莓面膜、草莓彩繪及種植盆栽草莓帶回家自己DIY栽培等，吸引更多的草莓一族。



圖5. 新鮮草莓提供遊客立即享用。