



◎農試所嘉義分所／唐佳惠·官青杉

# 有機鳳梨果實出貨管理

## 前言

雖然生產有機鳳梨所從事的是農業；但販售果實本身為商業行為之一，其作業如能導入管理概念，即使一開始農場主可能不習慣，或許還會覺得額外進行管理，需付出更多人力及心血來執行出貨作業，似乎沒有十足的必要性；然而，導入管理概念並身體力行，長久下來是可以累積許多對未來銷售有所助益的訊息，進一步將這些相關訊息整理後，對市場走向及農場經營方向及規模的預估可以更準確，也有利於面對客訴處理；進一步更可在生產之餘，提升面對銷售過程的應對處理能力，值得有機鳳梨生產者思考是否導入採用。

## 果實出貨流程

一般而言，商品販售及配送等作業流程概可分為：報價、接訂單、評估客戶信用、核對庫存與已有訂單、配送規劃、出貨、送貨、異常狀況作業及銷售分析管理等。將上述概念導入鳳梨實際販售流程，其實幾乎相互符合，為便於農友參考，茲分析如下：

### 一、有機鳳梨農場出貨作業

目前有機鳳梨農場常見的出貨作業流程約略為：在果實發育階段進入後期，農場主即可能開始接受下訂（有些農場甚至會等到果實已開始採收，才開始被動等待訂單），接到詢問或訂單後，農場依照果園內可供販售果實之數量，接受預訂或直接下單。之後根據農場作業時

間，於採收果實後進行包裝，完成整理後再送交配送業者（或農場自行送貨），之後送抵通路（或消費者）手中。

### 二、導入出貨管理之作業

針對前述二項既有流程，微調有機農場的出貨管理如下：

#### 1. 導入報價流程

可考慮引入的方式是接受預購。當鳳梨園果實發育階段已達中果期，農場主需盤點可販售果實數量，並依據成熟情形預估出貨排程。此階段即開始讓自己的通路（或客戶）得知果實已接近可販售期，並訂出當季的預定售價（報價）。以便通路或消費者得知訊息後，有充裕的時間向農場（或農民）進行下訂單之作業。

導入預購的好處是可以儘早安排出貨事宜，除了有利

人力的安排之外，也可以及早規劃而避免因出貨速度不理想，造成部分果實已經黃熟，衍生無謂之損耗。另一個好處是回頭客經營，目前常見的問題是消費者吃到好吃的鳳梨，再要回頭購買時已經沒有貨了，於是消費者只好另尋賣方，很難快速將農場確實記住。

## 2. 接受訂單

判斷訂單數量能否接受，最好能有相關資訊可供快速查詢與連繫。目前出貨管理套裝軟體頗多，如農場面積廣闊，每次單一時間內成熟果實數量龐大，可考慮使用該類軟體，否則使用簡單的EXCEL軟體也可以做好此事。訂單需有可快速查閱的表頭及明細，因有機鳳梨出貨單純，可利用簡單的通路

做為記錄區隔，並在訂單輸入時即可快速連結到可出貨果實數量（可即時查詢），並依實際需求可快速輸入交貨地點與出貨日期等。

## 3. 評估客戶信用、核對庫存及已有訂單

有了明細表單的協助，農場主可以很快瞭解果園裡尚有多少果實可供販售、已經接受的待出貨訂單又有多少？處理出貨的人力是否足夠等。並藉由相關訊息的整理與建立，裨利查閱方便性，在此階段可快速（甚至同時）進行果實出貨後相關收款問題之評估。

## 4. 配送規劃

當果實數量仍然足夠，訂單成立即進入配送事宜安排流程，主要的作業項目例如有：確認消費者期望收到果實的時間點、自家農場作業

所能完成的時間點及配送業者方便的收、送貨時間等連繫。然後根據配送規劃，如期進行果實採收、揀貨、理貨及完成裝箱、貼配送單或出貨單等。此階段的重點在於記錄採收情形、揀貨、理貨時間、包裝時間及果品的包裝品質等資訊，未來才能根據缺失找到解決之道。

## 5. 出貨及送貨

完成裝箱作業至配送業者收貨（或備妥農場自行送貨所需車輛）之間，果實的暫置位置需參閱前面篇幅所述，謹慎妥善的處理。出貨後亦需進行貨物的追蹤管理，務必達到農場主與消費者（或通路）良好的雙向溝通。此階段的另一個重點在於記錄果品配送過程，果實裝運出貨準時比率、延誤情形、配送正確性及顧客下訂後至出貨間之時間間隔，以做為下一次出貨時的參考依據。

## 6. 異常狀況作業與退貨管理

果實進入送貨流程，並抵達通路（或消費者）手中之過程，萬一發生任何問題，即需進行異常狀況處理。因有機鳳梨為一生命個體，有一定的櫥架壽命，如因果品有瑕疵或配送業者出現狀況，農場主需能快速做出反應，避免因微小的疏失，擴大事態本身。

## 7. 銷售分析管理

做好此一作業，有利後續瞭解銷售數量、銷售金額與銷售毛利等資訊，快速瞭解農場的獲利狀況，不論當季之銷售是否符合經營預期，相關的資訊，均可做為評估銷售狀況與銷售策略的參考資訊。如果出貨管理做得完整及妥善，尚可針對客戶別及區域別等，進行多維度銷售分析。

## 導入客戶管理

為了擴大消費者價值與兼顧農場收益二者間的平衡，農場主需能有效蒐集並分析消費者（自家農場之客戶）

的相關訊息，掌握客戶需求特徵與行為偏好，提供針對性的果品、發展和管理與客戶之間的關係，從而培養顧客長期的忠誠度。

## 依據對象進行客戶分類

鳳梨果園每年可採收的果實數量易受許多因素影響，因此，有時無法提供往年之數量，接受訂單時必須做出取舍，此時如有相關資訊可供參考，對農場的永續經營具備正面義意。一般而言，客戶可概分為以下數類：

### 1. 訂購數量少對農場也無忠誠可言

尤其是完全以果實販售價格為選擇指標的客戶。此類屬於較無價值之客戶，農場在果實產量不足時，面對此類客戶最好的因應對策就是該婉拒時就婉拒。

### 2. 訂購數量小但對農場十分忠誠

對於此類客戶，農場要多付出心力來培養雙方交易的滿意程度，因為此類客戶的訂購數量雖少，但是具備穩定的優點。

### 3. 訂購數量大但對農場不忠誠

此類客戶容易造成農場經營危機。一般而言，此類客戶最喜歡比價、議價或者提要求講條件，當農場端有所困難，無法完全滿足其需求與條件時，就可能突然中斷訂單。因此，若農場對此類客戶管理有所疏忽，常易引起很大的損失（例如出貨前臨時抽單，導致果實黃熟而未及轉單販售）。

### 4. 訂購數量大且對農場忠誠

農場擁有此類客戶越多，經營就越穩定。因此，在農場果實數量減少時，優先要保住的，就是這一類客戶。

## 結語

經營有機鳳梨農場並不容易，吾人常常為了順利生產果實，投入許多心血在栽培管理與採收上，但是對於販售及客戶經營卻抱持著被動的態度，事實上，為了農場的永續經營，多花費一些心力在出貨管理與客戶管理，絕對是有利而無害的。



圖說：1. 做好出貨管理，隨時掌握園中果實發育情形，可快速評估訂單接受與否  
2. 出貨時，需做好連繫，儘量兼顧出貨效率及正確性