



◎農試所嘉義分所／唐佳惠·官青杉

在有機鳳梨果實 出貨作業導入管理概念

前言

要做好有機鳳梨農場的经营，雖稱不上困難重重，但也不算十分簡單。假如能夠將單純的生產與出貨，轉而導入供應鏈管理概念，亦即導入講求效率的作業機制（例如結合資訊系統的應用），將有機鳳梨果品適時、適景且適量的提供給消費者，相信將可提升農場的经营效益。農場之出貨導入供應管理概念的效益包括有：穩定及提升農場的收入、優化農場資產使用率、強化果品供貨控制並掌握果品上市時效。為便於農友參考，茲整理如下：

鳳梨果實生產配置 方式簡介

初投入有機鳳梨經營的農友最常見到的問題就是，單位時間內產能高於農場出貨處理所能負荷的範圍。這個問題涉及的因素很多，但是沒有做好供應計畫是其中頗為重要的一環，茲將生產方式簡述於後，請農場經營主妥善思考，選用自己合適且能達到農場永續經營的生產計畫方式。

一、生產導向方式

傳統的農場生產計畫多採用此類方式。

一般所謂的計畫式生產，係指根據市場需求之預測而訂定生產計畫，之後再依計畫供應果實。然而有機農場

所謂的生產導向方式，多是以農友的既定生產模式（例如選用春植或秋植），配合農場面積決定栽植數量，如若加上不黯產期調節，便只能跟隨著每年份的盛產期，與多數的鳳梨一起上市。

當農場的人力配置與果實成熟速度搭配不上，就容易衍生損耗；其次，因為正逢盛產期，市場上鮮果實到貨量多，鳳梨又是平價水果，採用有機經營者，常有生產費用稍高於一般管理模式（即所謂慣行栽培）的問題，試想未經產銷規畫的有機鳳梨果實售價要如何與其抗衡？尤其是新投入有機生產的農友，老客戶群尚未建立，面對大量的成熟果實，將要如何快速平穩販售出去？

二、顧客導向方式

此類方式是採用所謂的訂單式生產，也就是農場生產之初是根據顧客的需求來制定生產計畫，之後按計畫進行生產。初投入有機農場經營的農友很難完全採用此類方式，因為不知道顧客何在，也不知道從何處接受訂單，因此，雖然這個方式對於確保農場營運順利是比較理想的方式，但同時也是非常重大的挑戰，幾乎難以達到。

三、客製化即時生產方式

在非農業產品上，可以先將各項零組件進行庫存，等接到訂單後即進行組裝，並快速出貨。然而，有機鳳梨果實並非工業產品，也不可能接到訂單才開始生產，因此，是否可以轉一個方向來思考？從農場規畫時就採用分區種植，估算農場可處理的出貨量能，先種植其中一部分的面積，之後再依經營經驗慢慢擴大面積。

在經營上軌道後（栽培經驗也比較充足時），或許可考慮採用半客製化的生產方

式，也就是先依農場客戶平時習慣購買的週期，規畫正確而適當的時期定植苗株，並培養植株至可供催花之大小即開始接受訂單，然後根據訂單區隔催花期，儘量以符合顧客需求的模式來供應果實。為了更有效率的回應半客製化的模式，在訂單管理、採收期的預估與規畫等都需有配套措施，而這些都是考驗農場經營層面的重要關鍵。

協助消費者獲得最適合需求的鳳梨果實

一般消費者很難像生產者一樣了解鳳梨果實特性。而且鳳梨果實的品質受到季節及栽培方式影響甚鉅，因此，農場經營者應該發揮專業力，幫助自家農場的消費者做好最理想的搭配。問題是要做出貨最佳化的管理，經營者必需非常了解自家農場消費者的關鍵需求；例如農場的消費者喜歡何種口感？喜歡什麼成熟度？另外，消費者購買後是馬上要食用？

或者希望購買後可以貯放多久？

要提供此類量身訂製果品的服務，農場必需做好出貨管理（為促使讀者了解，下一章節將會有稍較完整的整理）及銷售分析管理。為提供最佳化的果品，可以思考下列因素：

一、考慮消費者需求潮流之變化

隨著經濟發展，人們的消費生活範圍逐漸延伸，因此消費者的需求更加的廣泛與擴張，心理需求層次也不斷增強，故果品提供的價值亦需慮及感性成分，更要注重產品需能提供多樣化、健康化、綠色消費性與複合需求（各種需求之間的關係）等性質。

二、考量鳳梨果實實際狀況

在消費市場果實選購方式輔導過程，常有消費者詢問：

1. 買到（或收到）的鳳梨果實若還是全綠的，是不是還沒有成熟？
2. 果皮全綠的鳳梨可不可以馬上鮮食？



↑圖1. 鳳梨採收時不會每一顆果實的轉色都一樣，要先經過分級，將每個出貨單位的整齊度提高



↑圖2. 對適合的顧客可考慮出貨不同轉色程度的果實，並做好標示，以便消費者分批品嘗

3. 綠皮鳳梨要怎麼處理果皮才能變黃？或者怎麼處理才能吃？

由以上問題顯示，一般消費者對鳳梨果實成熟度的相關訊息並不十分清楚。

針對此一問題，筆者建議有機農場經營主在果實販售前，需先了解消費者是不是有指定（或是偏好）的果實轉色程度？有些消費者完全不在意轉色程度，只要吃起來香甜可口就好；有些消費者一定要達到某種程度，心理上才會覺得果實已經成熟，因此，出貨前一定要了解此點。

1. 針對不在意轉色程度之消費者：農場經營主或可在單一販售規格中（例如同一箱），考慮提供不同成熟度的果實，並提供消費者相關訊息，標示哪些是立即可以品嘗的，哪些是再放一至二天比較剛好，而哪些可以放到最後消費。

2. 在意轉色程度之消費者：一定要落實分級作業，提供此類型消費者屬意的果實。如果基於專業，想要建議消費者改變購買心意，一定要先取得消費者的瞭解與認同。此外，整齊度也是影響消費者對果實品質感受的重要因素，因此，對於對轉色

程度很在意的消費者，經營主還需要額外加強果品整齊度的提升。

結語

有機鳳梨果實的販售與出貨，攸關農場經營之成敗，無論投入有機生產之初，經營者抱持的理念或願景有多麼遠大，如果生產與販售不能夠獲利；或者農場之經營連自給自足都不能夠，遑論永續經營啊！因此，投注心力在出貨管理上是必需要做的事，如作業上能夠負荷還是儘早導入為宜。