觀光農園發展休閒農業經營策略之調適

沈聰明 2000-06 花蓮區農業專訊 32:9-11

壹、觀光農園的構成與功能：

觀光農園是農業經營的一種方式，它的形成乃爲因應社會的變遷及經濟結構變化的需求，而將農業生產轉變爲農業經營，使農業由一級產業提升爲三級產業，其利用自然的環境資源、生態及田園景觀，結合具有地方特色之農作物、農業文化、農家生活而予以適當之規劃、設計、建設而成爲一個具有農業經營特色的農園，並經由農業經營之活動，提供國民休閒及農村生活體驗的據點。觀光農園不僅能使遊客接近大自然，飽覽田園風光，並可從親身採收農產品的體驗過程中，享受收穫的樂趣，進而瞭解農業生態，認識農業生產，以達寓農業生產教育於觀光休閒之功能，另一方面可節省農民採收、包裝、運輸等費用，而提高農民所得，促進農村經濟的繁榮。



圖一、歐洲、紐、澳與台灣休閒農業之市場區隔

貳、休閒農業發展應有的調適：

休閒旅遊業是屬於一個整合性市場，在鄭健雄博士的研究中以自然資源體系、人爲資源體系、資源利用、資源保育(存)四大要素爲基礎與導向，將休閒旅遊市場加以區隔成四個子市場如圖一，而休閒農業只是整個休閒旅遊市場中之一種產品型態。隨著生活品質的提昇，許多休閒觀念亦不斷地改變，現今國人旅遊的風尚亦趨於多元化，在休閒旅遊的領域中，除了娛樂遊憩之外，迫切尋求回歸自然原野探求啓發心靈之旅，因而使得具有遊憩、教育、經濟、環保及醫療六項功能的休閒農業之旅有別於普通的休閒、旅遊娛樂活動。

然而近年來台灣休閒農業的發展，及政府輔導方向均是朝全方位發展，並過分強調休閒農場內的有形硬體建設，而缺乏企業經營理念之引導及市場區隔化的概念。因爲若將休閒農業經營目標放在能同時提供「大自然與生態之旅」、「深度農村文化之旅」、「農業體驗與農業知性之旅」以及「高品質之農莊渡假生活」，這種全方位、多元化功能的發展上，無論從個別休閒農場本身的資源條件，或對經營者的經營管理能力而言均有其困難。因此休閒農業之發展應考慮農場本身的資源基礎，保持原有產業持性外，更應結合由農場本身擁有的資源基礎延伸出去的休閒旅遊業，而選擇一個或兩個區隔市場做爲農場未來所欲服務的目標市場，例如東勢林場擁有豐富森林生態資源與餐飲住宿及遊憩設施，或採取聯盟策略，例如香格里拉休閒農場與四家同屬歐美式小木屋渡假旅館，共同成立「台灣森林之家渡假聯盟」秉持優質休閒渡假的理念，來營造最適合國人渡假的森林之家。以如此

市場區隔化，目標市場定位之企業服務經營管理理念及策略運用，而做適當之調適，以達休閒農業永續經營之目標。

參、觀光農園發展休閒農業的策略運用：

由於本省農園種類多，農村景色宜人，農民淳樸勤勞，觀光農園之經營極具開發前途，政府於民國 72 年即開始輔導各縣就地方農業生產特色，規劃開闢籌設觀光農園，並輔導整理環境、園區設施、改進栽培技術、改善公共設施、強化班隊組訓及加強教育宣導，以開放提供民眾遊憩及採果之理想園區，期能提昇農業觀光價值，發揮農業生產、生態、生活之三生化功能，開創富麗農村新境界，目前設置之觀光農園在作物種類上則包括柑橘、梨、葡萄、楊桃、荔枝、龍眼、桃、李、蓮霧、文旦、白柚、番石榴、芒果、柿、草莓、紅棗、香菇、茶、花卉等。以往這些觀光農園大部的經營方向大都以自然資源體系爲基礎，資源利用爲導向，提供遊客享受田園風光及體驗採果之樂趣爲主，然而隨著國人生活品質之提昇及休閒旅遊訴求多元化之改變，部份擁有較大土地及雄厚資金利基之農園，均已調整經營方向，擴大經營規模，拓展其他服務的目標市場。而那些無法具備相同利基的觀光農園均已面臨停頓或無法繼續經營的危機，而如何以有限的資源，導入農企業經營的策略運用，發展新世紀的休閒農業是值得深思與討論的。



觀光茶園拓展休閒茶餐之服務市場



觀光茶園拓展休閒住宿之服務市場



不同屬性觀光花園之結合

一、外部環境的積極爭取與規劃

修正之「休閒農業輔導辦法」已於八十八年四月完成，政府亦請各縣市主管機關，針對各鄉鎮之特色規劃休閒農業區，觀光農園經營者應積極配合爭取將農園與其他不同目標市場共同納入休閒農業區，才能在具有整體規劃的輔導下，提昇經營績效及長久發展下去。

二、內部環境之調整及策略聯盟

(一)同質性產品之調整：

目前尚有許多觀光農園之場主或產銷班只栽培一種果樹，如此若仍標榜「觀光休閒」的訴求，已不符現今一般國人休閒旅遊的需求，例如花蓮許多文旦觀光果園產銷班，沿途

只見單一化之文旦柚，又無法提供類似茶園製茶之活動，在吸引遊客的利基上非常薄弱，且有季節性之影響，應如何調整策略來發展果園之觀光休閒呢？個人認爲應先將本身農園之果樹栽培種類多元化，或者產銷班內經溝通規劃提高其異質性，讓消費者能有不同果樹之體驗採果活動，豐富遊客的農業體驗與農業知性之旅。

(二)服務市場之拓展：

1.國人旅遊休閒品質的提昇，除了滿足農業生活體驗外，仍有其基本上「感官上」的生理需求及探索，因此能拓展具有地方產業特色的飲食或住宿均可吸引客源，留住遊客增加消費，提高農民之收益。若經營者具有足夠資本即能自行開發，如花蓮舞鶴觀光茶園區提供之茶餐及住宿。但當若沒有雄厚資本時，與異業間的聯盟策略，可能是在主要定位屬性訴求下，又能對遊客提供更窩心服務的適當方法。

2.國人旅遊的成員中，不論是家庭或是團體，可能成員中的主要需求並未能一致，有的是爲享受大自然生態的休閒，或是體驗農業生產及生活，有的是針對農村文化希望藉由觀光休閒做一番巡禮，或者是追求高品質之農莊渡假生活，觀光農園之經營者若能結合休閒農業區內不同屬性之觀光農園，或不同目標市場的經營者，來共享這些遊客，爲遊客提供更多元而豐富的觀光休閒之旅，因此休閒農業區內詳加之規劃與策略聯盟，對吸引更多遊客，而長遠發展休閒農業是絕對有益的，例如花蓮的鬱金香花園與秀朗蘭園、花欣花園、南華觀光花園，若能結合設計一套動人的花卉之旅，不僅能提供觀賞認識各種不同花卉，藉由遊樂花叢中以收親子教育活動之功能，亦可在蘭香撲鼻情境下，藉由品茗賞蘭舒解身心，以獲陶治性情休閒之樂，「有花堪折直須折，莫待無花空折枝」，若能在一大片美麗的花園中，而可在毫無壓力情形下，將自己所喜歡的花摘下帶回欣賞，在滿足心靈上的快樂是耐人尋味的，因此不同屬性的觀光花園若能結合安排系列活動，而發展地區性之花卉休閒農業，必能比單獨經營吸引更多想藉由拈花惹草達到休閒的遊客。

(三)策略聯盟經營方向運用：

綜合以上可知若農園本身無具備雄厚資本時，策略聯盟將是經營方向之主軸，其實施方法則需視農園提供之服務範疇與定位，聯盟之類型可概分爲 1.異業間之聯盟，如民宿、觀光飯店一般遊樂區、休閒山莊、休閒渡假中心、餐飲業等。2.同業間之聯盟其又可分爲外部與內部，外部如市民農園、教育農園、觀光農場等，內部又可分爲相同農產業不同經營性質如鬱金香花園與秀朗蘭園，另一則是不同農產業間如觀光茶園與觀光果園。其策略運用則應考慮確定農園發展方向、服務訴求及本身之財務狀況尋求適切之聯盟方式，以拓展經營管道，提昇經營績效。

肆、結語：

觀光農園是休閒農業中的一種產品型態，除了健全本身的定位屬性外，更應導入企業化經營的行銷服務理念，結合休閒農業區內不同屬性之觀光農園，或與不同的目標市場策

略聯盟，提供遊客領略農村風光，採摘農產品，分享收穫的喜悅並體驗莊稼生產及農村生活的樂趣，讓觀光農園能在更寬廣的路上，更長遠的發展而永續的經營。