



◎農試所嘉義分所／唐佳惠

有機鳳梨農場

經營型態與規模的決定

前言

國際經濟環境隨時在變，為使自己的產業能有一定的競爭力，農場主必需隨時根據大環境的變遷而致力於經營型態的調整。由於我國產業多與國際接軌，農業經營者的競爭對手早已不侷限於國內，而是需面對國際性的競爭及挑戰。此情形即使在有機農業領域也不例外，過去農村習慣採用的初級產業經營型態(直接運用資金與勞力，從事生產且從自然界直接獲取產品)，是否足以應付現今必須面對的實際狀況，值得經營者詳加思考。因此，既已決定投入有機鳳梨生產，針對未來的經營型態擬定方面，不論是要走向更加專業的一級生產，或轉型

為次級產業(導入加工產業)，甚至發展為三級產業(導入服務性質的農產業，例如休閒農場)，以增加農村產業的競爭優勢，均可考慮導入「生產企業化」、「生活現代化」及「生態自然化」等思維，努力使自己的農場保持生存所需的競爭力。

任何農場要能生存首先需有穩定而合理的獲利，即使農場導入加工或兼營休閒，最終仍需以生產與販售有機產品為基本。由於販售方式琳瑯滿目，從無自有店面到擁有農場的自家



↑圖1. 大規模經營的鳳梨農場，有些採用單純生產(上)；有些已推動複合經營，將果園與休閒結合(下)；二者面臨問題並不相同，值得經營主花費心思仔細思考

店面等，經營方式及規模均不相同，農場主必需根據自

表一、慣行鳳梨農場每公頃生產費用粗估表

單位:新台幣千元/每公頃

費用種類及數額		若為有機農場可能產生之差異
人工費	167	有機農場之離草防除費用可能會明顯增加
種苗費	85	有機生產之種苗品質要求需更嚴謹，費用可能稍高
材料費	20	有機生產需增加防草資材費(例如防草蓆或稻草等)
防治資材及肥料	80	有機質肥、有機液肥及有機防治資材費用可能更高
能源費及水費	4.4	種苗生長期可能需投入更多養苗成本
直接費用	357	為了生產果實而發生的各項費用
設施及機具費(折舊費)	6.7 (5)	
地租及利息	55	
合計	420	

己的經營特性，在投入之初即妥善思量。本文將整理部分相關資料，供有意投入有機鳳梨經營農友參考。

生產成本與規模的決定

目前國內有機鳳梨農戶的經營面積頗有差異，由數分地到數公頃，甚至有些私人的大型農場可達十數公頃。通常專業生產的大型有機農

場，為了分散產期及延長供銷時程，常會分區經營或栽培不同種類(或品種)，利用妥善的規劃來達到農場順利運作；而規模較小(例如2~3分地者)或兼業栽培鳳梨的有機農場(或農戶)，其彈性與大型農場自不相同，故二者面臨到的問題及經營型態定然有所不同。由於目前國內鳳梨酥餅市場活絡，有些採用一般栽培方法(慣行)的大

型農場，也開始將部分經營面積轉與休閒產業結合，導入此種經營型態的農場，所面臨的問題與單純僅從事生產者也有若干差異(圖1)。

一、生產費用

慣行鳳梨每公頃的直接費用約需 35 萬至 36 萬元，總生產費用約需 42 萬(參考表一)。若採用有機模式，因雜草防除等人工費用或資

表二、可供有機鳳梨農場考量採用的販售型態

販售型態	說明
洽談門市寄賣	洽詢景點或商店街，選擇販售類似或互補商品者，討論寄賣的可行性。
商談代銷通路	在計畫生產前即尋找有機商店或超市有機專櫃等，洽商由通路進行代銷的可行性、需求量及收購價。
聯合販售	有些有機農戶加入農會組成的有機產銷班，採用聯合販售的方式，提高供貨力與議價空間，提升競爭力。
結合配送公司	國內已有許多經營型態為招募會員，提供單週配送服務的有機產品配送公司，可在計畫生產前尋找可能合作之對象。
直接宅配銷售	利用接受訂單(例如電話預訂或網路訂貨)由自家農場配送給消費者。
尋找並參加有機農夫市集(實體及網路)	詳情可上網查詢：有機農業全球資訊網(http://info.organic.org.tw/supergood/front/bin/home.phtml)
直接在自家農場出售	直接將採收後之鳳梨果實，在農場附近設置販售地點，供民眾購買。

材可能另需增加，故而成本可能需往上調。若經營規模較大，在種苗、材料及資材費用，可能有以量制價的空間，因此，也可能稍低於規模較小的農戶。規模稍大時因人工可充分利用，費用分攤率高，也許人工費用可較節省；但若規模大到超過農場負荷時，也可能需另增包工費用；而小型農戶若規模在自家勞動力足以應付情形

下，人工費不另外增加，也是經營優勢之一；假若經營規模不夠大又不夠小，自家勞力不足以應付，但增加了包工費卻又分攤效率太低，就要再思考進一步解決之道。

由於每一個別農場的實際狀況均不相同，無法以單一方式適用於所有，經營主必需體認，唯有根據自己所能適用的情形來因勢制宜，

而不是一味想要採用別人成功之道來套用於自家農場，才能真正找到經營成功的途徑。

二、產品型態及副產品

有機鳳梨農場的經營定位必需明確，產品銷售通路也要有所規劃，畢竟生產方式與慣行者並不相同，產量未必能與之相較外，成本亦可能高於慣行，因此，不加

思索的生產型態並不適合有機鳳梨農場。在做出產品口碑之前，有許多因素必須考量，例如單位時間內若產能高於已經掌握的通路，就需有備案可供選擇。

如果是休閒有機農場，或可考量同時經營副產品，例如鮮榨鳳梨汁及鳳梨冰棒等，可在農場販售部提供給來訪農場的顧客消費；若取得許可證而能生產農產加工品的經營者，或可考慮販售鳳梨乾、鳳梨醬、醬鳳梨及鳳梨醋等，亦可考量提供加工品的宅配服務。

三、販售型態的決定

並非每個有機鳳梨農場均能兼營休閒農場，故不是每個生產主均能利用自有實體店面來販售自家農產品。因此，如何讓消費者接觸到自家農場的產品，頗值有機鳳梨農場經營者花費心思去考量。一般慣行栽培的鳳梨農友，在無自有零售實體店面的情形下，可採用的販售方式不外乎：交給產地販運商、經由農民團體進入共同

運銷體系、直銷或自行零售等；然而，採用有機模式生產的鳳梨果實，通常生產成本高於慣行栽培所生產者，假如採用一般通路進行銷售，收益可能無法與慣行農場競爭。

目前有機鳳梨經營主採用的販售管道如：交給驗證機構的通路販售、參加有機農夫市集、出貨給有機商店、超市有機專櫃或推行網路購物等，有少數幾家較大型的有機鳳梨農場，甚至由投入者成功打入過去人脈所營造的潛在市場。不論如何，既然有心投入有機生產，及早做好未來產品的去處是必要的，茲將販售型態整理如表二。

每一種販售型態均有其優缺點，以直接銷售為例，不論是宅配或直接出售，均需頗高之人工成本，若為宅配則另需增加接受訂貨、帳務處理及配送作業等(如分級包裝)。由於在農場出售或直接宅配等似乎感覺價格較高，因此是許多農民最先想到要採用的方法，然此種販售型

態增加的人力成本不低，產期分散度也要充足，這些問題需要在一開始就先設想周到。出售給有機商店的售價及數量因事先議定，故較為穩定且不必另外投入人事成本，若是結合配送公司，則銷售量較大且售價穩定，也是不錯的選擇。如果是果實成熟期較集中，則出貨到聯合販售也是方便迅速的通路。

結論

我國農業生產多採小農制，此情形在有機農業領域也是一樣，由於經營規模小，難免易有效率不彰、單位生產成本較高的問題，尤其有機標示也含括進口有機農產品，在面對貿易國際化及競爭全球化的情勢之下，唯有健全農場的經營才能維持競爭力，有機農友在投入生產之初，即應針對相關議題做出明確之規劃，避免盲目投入後，遇到問題才要因應，以避免不必要之困擾。 