



休閒農業的行銷策略

文／邱湧忠

休閒農業的行銷策略可包括外部及內部組合兩大類。外部組合包括產品、通路、價格及宣傳等策略，內部組合則包含人員、實體設備及過程管理，兩者可稱為休閒農業行銷策略的「七寶」，經由內部及外部組合的有效配合及運用，才有機會達成休閒農業的行銷目標，茲分述如下：

產品策略主要是在透過產品包裝、形式及品質等特性，開發新產品，產生產品區隔，使產品在競爭的市場中延續其產品生命期，並掌握市場，休閒農業是一項結合農業生產與服務的事業，包含產品及服務，因此，產品策略包含農產品及服務的組合，休閒農業設計舉辦各項民俗、文化、趣味競賽、田園體驗及自然教室等活動，以及民宿、自助農園及觀光採果等服務，都是各式各樣的產品策略；以行銷的觀點言，「休閒農業」可以當做是一項商品，為推廣這一項產品，可以用獨資、合夥或公司組織的方式來經營，而在經營方面則可以採用委託、合作或連鎖的方式，這些都是屬於通路策略，通路策略考量通路的效率

，在日本所謂自然休養村以及在歐美所謂早餐及住宿業很多採取連鎖經營，國內部份農會經營與休閒農業性質類似的農場或林場，也有成功的經驗；價格策略可依據產品或服務的性質，以及市場開拓或占有率的需要，採取以量制價或以價制量的策略，休閒農業由於提供服務的品質及數量本質上有所不同，因此，價格策略可因地制宜，而由於季節需求的差異，亦可採取差別價格策略；宣傳策略包括媒體利用、公共關係、社區活動及企業識別體系的運用等，由於社會經濟及文化等總體環境因素演變，有利於休閒農業發展，政府有關機關有計畫地利用研討會、座談會及各項宣導活動，可以說都是一系列宣傳策略的運用，成效亦相當顯著，引起社會各界對休閒農業的關注及支持，從事休閒農業的經營者則可以配合此一有利的條件，推出各項宣傳計畫，擴大休閒農業的發展空間；前述休閒農業的產品、通路、價格及宣傳策略雖然齊備，但是若缺乏具有能力及發展休閒農業理念的人員，則依然沒有成功的把握，人員

策略包括企業文化的塑造、待客、員工的士氣及訓練等計畫，使從事休閒農業的每一個人都具有求好的信念，這是人員策略的目標；實體設備是提供休閒農業服務的基礎，它包括看得見的設備及支援性的服務。休閒農業雖然是少人工化，利用自然，但是實體設備特色的營造及品質的維護是吸引遊客一再光顧的必要條件；前述各項策略一經確定，最後則期待休閒農業經營的實際作業，就如同一齣戲，場地、道具及人均已告齊備，就等待按照劇本，將節目完美地一一展現在觀眾的面前，而這一切就有賴過程管理策略，它包括各種工作的流程、計畫、工作的監督考核，以及各項突發問題的處理程序等。

行銷概念是一種管理導向；認為一個組織應確定其對象市場的需要及慾望；應較其競爭對手在滿足的提供上更具效能與效率，才是達成組織目的的關鍵。休閒農業行銷策略必須巧妙地加以組合，靈活運用，才能達成休閒農業行銷的總目標。