

BOOK  
FU-WEN  
食品群

# 食品經營

鄭清和 編著

復文圖書有限公司

BOOK  
FU-WEN  
食品群

# 食品經營

鄭清和 編著

復文圖書有限公司

國家圖書館出版品預行編目資料

食品經營 / 鄭清和著. --初版.--  
臺南市：復文圖書，2013.05  
面；公分

ISBN 978-986-5928-12-4 (平裝)

1.食品工業 2.工廠管理

463

102008292

# 食品經營

鄭清和 編著



發行人 / 吳佳勳 出版社 / 復文圖書有限公司 地址 / 台南市林森路二段63號

E-mail / fuhwen.book@msa.hinet.net、sales@fwbook.com.tw 網址 / www.fwbook.com.tw

劃撥帳號 / 31561190

戶名 / 復文圖書有限公司

電話 / 06-3132755、3135219、2370003

傳真 / 06-3134544、2386937

香港經銷處 / 精美圖書有限公司

電話 / 2964-0238 傳真 / 2549-7223

地址 / 香港柴灣永泰道50號港利中心802室

出版日期 / 二〇一三年六月初版發行

FU WEN BOOKS CO., LTD.

#63, Lin-Sen Road, Sec. 2, Tainan 70142 TAIWAN

基價 / 6.40 元 書號 / F212

版權所有・翻印必究

- 一、本書係依照企業管理中五大管理一產、銷、人、發、財為主架構，再加上危機管理、公平交易與消費者保護等，結合編者三十餘年實際從事食品工廠管理的經驗編輯而成。
- 二、本書可用於高職食品相關科目的教學，期望達到下列教學目標：
  - (一) 瞭解食品工廠的設立程序。
  - (二) 瞭解食品工廠產、銷、人、發、財的管理內容與方法。
  - (三) 瞭解產品售後服務及抱怨處理的方式。
  - (四) 瞭解危機處理的作法。
  - (五) 瞭解公平交易與消費者保護的重要。
- 三、如能配合食品工廠之參觀、訪問，將可讓學生更具體、更深刻認識食品經營的性質。
- 四、本書限於篇幅，未將成本管理、品質管理、食品衛生管理及工業安全衛生管理等列入，請老師引導學生自行參閱相關書籍。
- 五、本書引用先進名流大作之處頗多，並參考有關文獻、期刊、報章、雜誌、網站，在此特申表崇高謝意。
- 六、本書編寫雖力求完善，但因食品經營的領域深且廣，難免有疏漏和不妥之處，尚祈諸賢達及專家學者、老師，不吝匡正是禱。



## 1

### 第一章

#### 概論 1

- 1-1 食品經營的意義 2
- 1-2 食品經營的重點與範圍 5
- 1-3 食品經營的未來趨勢 9
- 1-4 食品經營的準備工作 16
- 自我實力評量1 26

- 2-1 建廠計畫 28
- 2-2 廠址選擇 32
- 2-3 布置規劃 37
- 2-4 建廠設置 44
- 2-5 食品工廠建廠規定 47
- 自我實力評量2 62

### 第二章

#### 工廠籌建與布置 27

## 3

### 第三章

#### 生產管理 63

- 3-1 生產管理的基本概念 64
- 3-2 生產計畫 68
- 3-3 生產管制 75
- 3-4 存貨管理 78
- 自我實力評量3 90

- 4-1 行銷的基本概念 92
- 4-2 行銷管理的程序 97
- 4-3 行銷的新趨勢 100
- 4-4 行銷策略 109
- 自我實力評量4 116

### 第四章

#### 行銷管理 91

# 5

## 第五章

### 產品研究發展 117

- 5-1 研究發展的基本概念 118
- 5-2 新產品研究發展 124
- 5-3 研究發展與管理 136
- 自我實力評量 5 147

# 6

## 第六章

### 財務管理 149

- 6-1 財務管理的基本概念 150
- 6-2 資金管理 153
- 6-3 資本預算 156
- 6-4 財務報表分析 161
- 自我實力評量 6 169

# 7

## 第七章

### 人力資源管理 171

- 7-1 人力資源管理的基本概念 172
- 7-2 人力資源管理的運作 178
- 7-3 未來的人力資源管理 203
- 自我實力評量 7 208

# 8

## 第八章

### 顧客抱怨處理與危機應變 209

- 8-1 售後服務與顧客抱怨處理 210
- 8-2 風險管理的基本概念 217
- 8-3 危機管理的基本概念 222
- 自我實力評量 8 231

# 9

## 第九章

### 公平交易與消費者保護 233

- 9-1 公平交易 234
- 9-2 消費者保護 250
- 自我實力評量 9 265
- 參考文獻 266

# 第 1 章

## ● 概 論

- 1-1 食品經營的意義
- 1-2 食品經營的重點與範圍
- 1-3 食品經營的未來趨勢
- 1-4 食品經營的準備工作

1 - 1

## 食品經營的意義

一 食品經營的定義與重要性

## (一) 食品與食品經營的定義

什麼是食品？我國《**食品衛生管理法**》第二條指出：食品係指供人飲食或咀嚼的物品及其原料。由此可以知道，凡是農、林、漁、畜原料及其加工品，用於供人飲食或咀嚼者，均可稱為食品。

凡含一種以上的營養素，且對人體無害之天然物，稱為**食物**；而食物經過加工調製，經色、香、味等嗜好性處理者，則稱為**食品**。具體舉例來說，小麥是食物，麵條、麵包、蛋糕則是食品；雞蛋是食物，液蛋、蛋粉、鐵蛋則是食品。

策畫、從事稱為**經營**，而經由正當手段從事食品製造或販賣，以獲取合理利潤的行為，稱為**食品經營**。由於人們都希望能健康、快樂地生活，並遺留健全的後代，所以須不斷地攝食具有營養的食品，食品經營於是與國計民生有著密切的關係。

## (二) 食品經營的重要性

食品業係產製食品供人類食用為目的的行業或生產事業，關係著人類生存、生長、發育、健康，及種族的延續，更擔負著改善生活品質、繁榮經濟及提供就業機會的任務，其重要性如下：

1. 食品工業是滿足人類以食為天的民生工業，並以提高國民生活素質為目標。
2. 食品工業與人類的生存、生長、發育、健康，及延續種族之間，有著絕對性關聯和正面意義。
3. 食品工業為增加農產品附加價值的工業，可繁榮農村，提供就業機會及增加國民所得。



4. 食品工業是不可或缺的民生工業，全民賴以生存、經濟賴以發展、社會和國家賴以繁榮。



## 二 食品經營的特性

### (一) 臺灣地區食品業的限制

臺灣四面環海，是典型的海島，面積小，而又被從北至南的中央山脈分為東西兩部分，可耕種的面積變得更小，加上人口眾多，因此，食品業的發展具有如下的限制：

1. 就經營型態而言，大都屬中小型企業：根據統計，國內食品工廠約五千餘家，員工人數約十餘萬人，平均每個工廠的人數僅約二十人，因此，人員水準及機械化程度不一，產品品質及衛生參差不齊，於是由於食品衛生安全所發生的問題時有所聞。
2. 就銷售型態而言，以內銷為主：如飲料、醬油、食用油脂，其工廠的規模雖大，但以內銷為主，且使用的原料卻大都是自國外進口的農產品，無法輔助國內農業的發展。

這兩個限制深深影響著我國食品業的健全發展，如何調整使之趨於正常，將是今後食品經營者及政府共同努力的課題。

### (二) 食品業的特性

食品業為農工商一體的事業，因此，其相關特性顯現於農業和工業及市場三方面。其主要的特性如下：

1. 食品工業為因應消費市場需要而發展：由於農產品之特色為體積大、價值較低，具有易腐性或地域性等，影響農產品的銷路，如果經過加工後，可改正或彌補上述缺點，進而可增加其風味，刺激市場購買慾。所以將農產品加工後供應消費市場，可協助開發農產品市場及利用價值。
2. 受農產品供需及季節性的影響產品生命週期兩極化：各種農產品每隨季節而不同，以蔬菜、水果類來說，含水分多，不耐久貯，在生

產季節時，量多而價廉，但過期則難以供應，產品生命週期兩極化；有些產品一直存在，有些產品如曇花一現。

3. 調節農產品供需，增加農產品的價值：農產品雖可直接生鮮食用，但供需彈性小，且易受季節變動的影響造成價格大幅波動，如經處理變成食品後，則可延長貯存期間，便於運輸、貯存及販售。在原料生產過剩時加以貯存，欠收時出售供應，如此，可以調節農產品供需，增加農產品的價值。
4. 食品業產品以衛生安全要求為首要：食品除了提供人體所需的營養素外，尚需衛生、安全、無毒性，如此，才能供食用。生產者應能向消費者提供衛生安全的品質保證，消費者才能具有滿足感與安心感。
5. 以加工、調製、包裝等處理來維持農產品的品質，但加工層次低，用人多，為勞力密集產業：食品原料因屬農、漁、牧等產品，受季節性、區域性、大量性、易腐性等影響，因此，需靠加工、調製、包裝等處理來維持品質，否則不久即變壞。又因加工層次低，且無法自動化作業，人力成本相當高。

根據上述陳述，食品業的特性可簡要歸納如下：

- (1) 民生必需工業。
- (2) 產品注重安全衛生。
- (3) 屬勞力密集產業。
- (4) 市場以內銷為主。
- (5) 原材料占成本比重高。
- (6) 具地域性。
- (7) 進入障礙不高。
- (8) 原料的依賴程度高。
- (9) 產業種類多樣。
- (10) 中小企業為主。



## 1 - 2

## 食品經營的重點與範圍



## 一 食品經營的重點

## (一) 食品經營的重點

1. 重視食品衛生、安全和檢驗：政府為督促生產者做好衛生、安全和檢驗工業，大力推動食品安全管制系統及食品 GMP (good manufacturing practice)、台灣優良農產品 (CAS) 等優良標誌，前者係分析食品在從原料至成品的生產過程中，可能引起危害而必須控制的特定點；後兩者則在要求根據所規定的作業規範來生產衛生而安全的產品。
2. 以研究發展來創造競爭優勢：研究發展是企業求生存發展的必要手段，臺灣的食品業競爭激烈，必須不斷開發新產品，提高加工層次，才能繼續生存。
3. 產官學聯合研究發展：新產品開發的投資相當大，而食品業又多中小企業，因此須賴政府的政策性輔導與扶植，如果學術界能配合中長期的基礎研究，則食品業的技術水準將可大大提升。
4. 重視行銷：除了強調個性化、多樣化、高品味及服務品質外，更進一步要掌握特定消費者的生活型態、購買心理特性，使產品能藉立體廣告、促銷活動之組合，建立品牌形象和忠誠度。
5. 拓展大陸市場、東南亞市場：進口食品愈來愈多，仰賴進口原料的產品將逐漸失去競爭能力；而外銷市場又因區域經濟興起及非關稅障礙而不易拓展。因此，有相同飲食習慣，口味需求亦相同的大陸，是個好目標市場。隨著政府開放政策，海峽兩岸的貿易逐漸增加，已有不少廠家到大陸投資設廠。在政府南向政策的推動下，東南亞市場亦是食品業開展鴻圖的地方。

## (二) 食品業競爭的重點

1. 口味：同一種食品，每家公司所推出的產品的口味都不同，能否獲

得消費者的青睞，完全看其是否適合消費者的口味。一般消費者對口味都有先入為主的觀念，因此，率先推出的廠家總是較占便宜，隨後跟進的廠家除非其產品非常特殊，否則難取得優勢。如牛頭牌沙茶醬。

2. 新產品：舊產品無法取得優勢，如果仍硬衝，常常是事倍功半，所以唯有推出新產品，才能取得優勢。
3. 包裝：包裝由早期的玻璃瓶、鐵罐，而發展到方便、輕巧的寶特瓶、易開罐，更發展出衛生易保存的**鋁箔包**（tetra pak）。寶特瓶容器因外觀美，未飲用完可帶著走，愈來愈受消費者喜愛。
4. 通路：傳統市場將漸趨沒落，代之而起的是大型化、系統化的量販店、超級市場、連鎖便利商店，講究商品陳列及賣場氣氛，帶給消費者舒適的購買環境。重要的策略如提高產品知名度，使商店願意陳列；生產全線產品，提高陳列的數量及次數；多品牌策略，爭取較多陳列空間。另外，亦可考慮透過餐廳、自動販賣機、檳榔攤等特別通路來販賣。
5. 廣告：廣告促銷可帶動流行，可刺激消費者的潛在需求，以增加銷售量，並藉由廣告來影響消費者的選擇。食品業的廣告費用平均約占營業額的 3%，相信會隨競爭更激烈而提高。



## 二 食品經營的範圍

### （一）行業標準分類

依據行政院主計處之行業標準分類，C大類為製造業，其中之食品製造業、飲料製造業、菸草製造業與食品業有關。食品製造業可再細分如下：

1. 081 小類：肉類處理保藏及其製品製造業。
2. 082 小類：水產處理保藏及其製品製造業。
3. 083 小類：蔬果處理保藏及其製品製造業。

4. 084 小類：食用油脂製造業。
5. 085 小類：乳品製造業。
6. 086 小類：碾穀、磨粉及澱粉製品製造業。
7. 087 小類：動物飼料配製業。
8. 089 小類：其他食品製造業。

食品業除食品工業外，尚包括上游的農業，以及下游的食品運銷業及餐飲業。依《食品衛生管理法》第七條規定：食品業者係指經營食品或食品添加物之製造、加工、調配、包裝、運送、貯存、販賣、輸入、輸出或經營食品器具、食品容器、食品包裝、食品用洗潔劑之製造、加工、輸入、輸出或販賣之業者。廣義的食品業尚包括食品機械、食品包裝材料及食品添加物工業等。如圖 1-1。

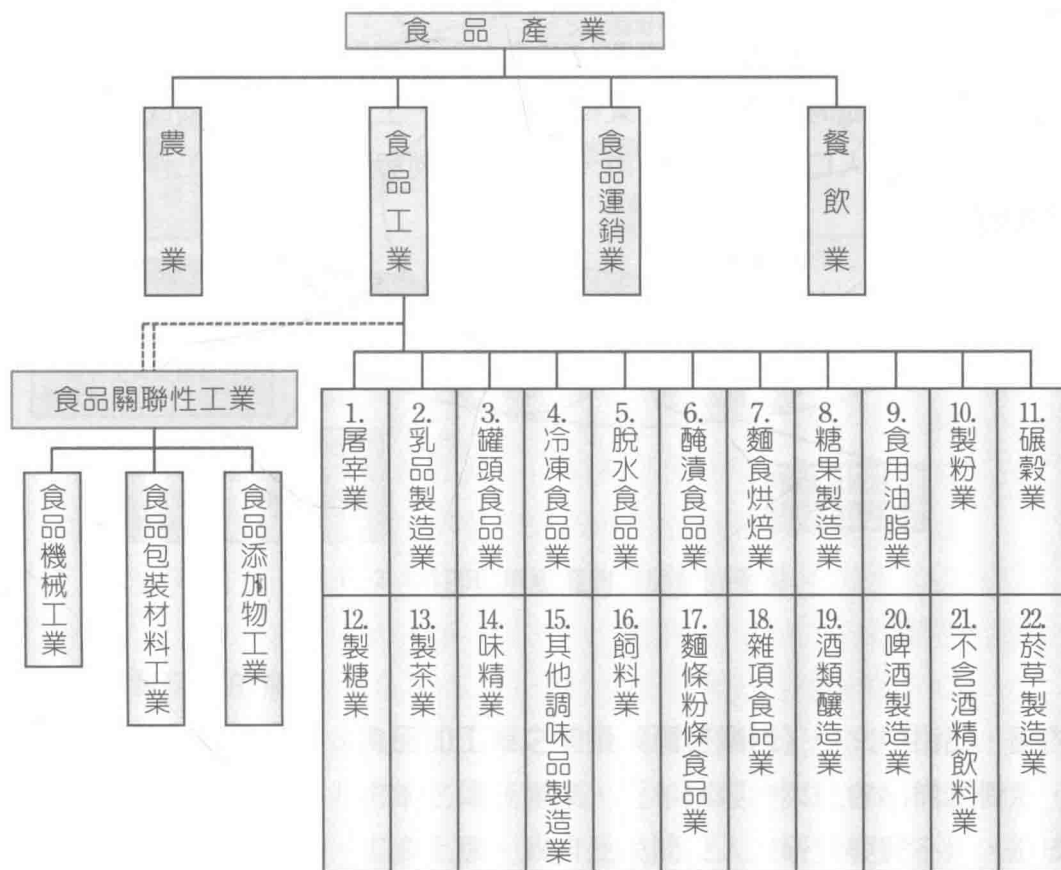


圖 1-1 食品業的範圍

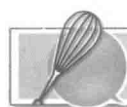
## (二) 專業食品工廠

依據衛生署與經濟部共同公告的《**食品工廠建築及設備設廠標準**》第四條規定，專業食品工廠共分 12 類：1.罐頭食品工廠，2.冷凍食品工廠，3.蜜餞鹽漬工廠，4.飲料工廠，5.醬油工廠，6.乳品工廠，7.味精工廠，8.食用油脂工廠，9.脫水蔬果工廠，10.餐盒食品工廠，11.速食麵工廠，12.食品添加工廠（味精工廠除外）。

食品經營的範圍相當廣，一般大致可分為四類：

1. 對原料之初級加工：如碾米、磨麵粉、製糖、榨油、屠宰等是。
2. 對初級加工品再加工：如發酵製品、糖果、麵包、餅乾、重組食品等。
3. 食前略予調理，即可食用：如即食食品等是。
4. 可直接供食：如廚房所調理者、餐飲業供應者。

以上第1.類早已在大量生產，而第2.、3.類則為一般所稱的食品加工工業，第4.類隨時代的進步，人口結構變化，上班族人口大幅成長，外食人口大增，在人口集中的大都市，餐飲業蓬勃發展，其調理工作已採自動化機械設備。



## 1-3

## 食品經營的未來趨勢



## 一 食品經營面臨的問題

## (一) 食品業面臨的衝擊

外部環境變遷對食品業造成莫大的衝擊，如圖 1-2，讓食品業面臨了空前未有的挑戰。

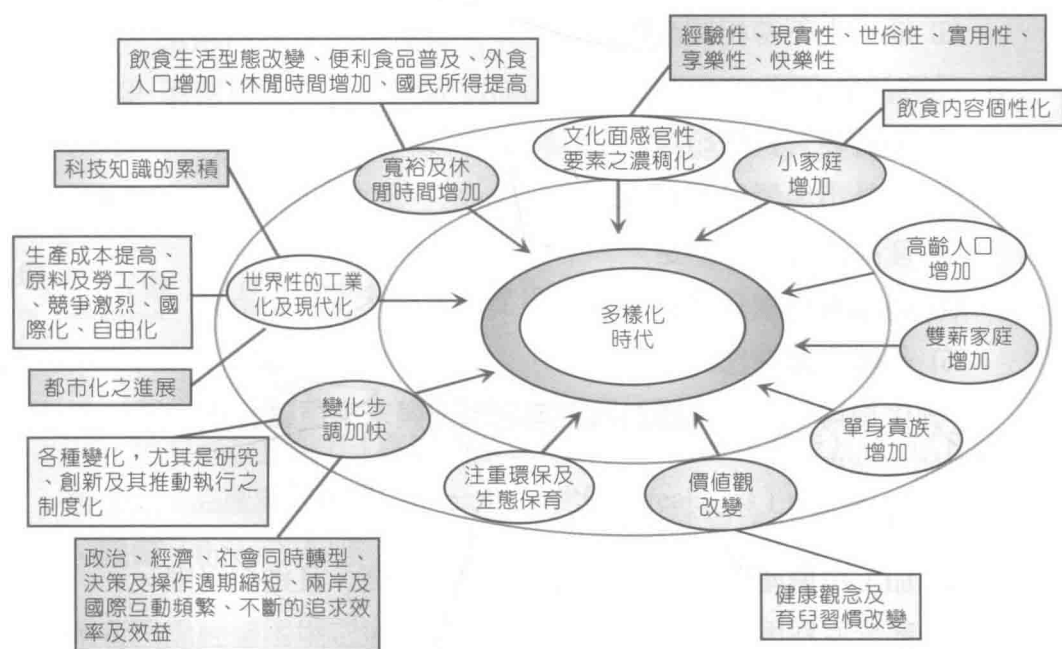


圖 1-2 外部環境變遷對食品業的衝擊

## (二) 食品業發展的瓶頸

邱克明博士於《食品加工業之前景與潛在商機》一文中指出，國內食品產業以往屬勞力密集之傳統產業，近年因經濟與社會結構之變遷，附帶產生勞工短缺、工資上漲、政府及民間投入之研究經費不足，造成傳統食品產業面臨技術升級之瓶頸。加以投資環境惡化，大陸、東南亞



等地區廉價勞力與廣大市場之誘因，致廠商之境內投資意願降低。

陳麗婷於《**食品產業之全球佈局**》一文中指出食品產業發展，遭逢了下列瓶頸：

### 1. 研發活動瓶頸

- (1) 研發創新投入不足（只注重產品口味開發），不利永續發展。
- (2) 同業模仿削弱研發意願。

### 2. 生產設點瓶頸

- (1) 過度依賴生產要素。
- (2) 大陸競爭愈趨激烈。
- (3) 缺乏上下游相關產業支援。

### 3. 品牌活動瓶頸

- (1) 品牌經營費用昂貴。
- (2) 海外市場難以掌握。
- (3) 產品設計能力不足。
- (4) 產品價格不具競爭力。
- (5) 品牌忠誠度低。

郭俊德博士於《**我國食品工業之現況與未來展望**》中，提到食品業面臨如下問題：

### 1. 加工用農產原料管制過嚴

- (1) 加工用農產原料供應量減少、價格提高，且進口受限。
- (2) 部分原料與半成品之關稅稅率偏高。
- (3) 國外原料農產品價格比國內低廉。

### 2. 研發不足，產業升級緩慢

- (1) 研究發展投資不足。
- (2) 市場資訊體系不健全。

### 3. 環保意識高漲及環保成本提高

### 4. 產業競爭力衰退

- (1) 勞工短缺，工資及土地成本逐年提高。



- (2) 新興食品工業國家之優勢競爭。
- 5. 產銷環境惡化，產業外移
  - (1) 區域經貿體系之形成，區域間貿易障礙增加。
  - (2) 受非經濟因素之影響，影響投資意願。
  - (3) 食品行銷通路狹，大型賣場之優勢地位將造成食品工業銷售障礙。
  - (4) 國內市場規模不夠大。
- 6. 加入 WTO 後市場開放問題
- 7. 兩岸產業互動關係頻繁
  - (1) 大陸新興市場形成，且勞工、土地、原料等低廉又充沛，吸引大量國內廠商前往投資。
  - (2) 遠期可能開放大陸成品進口，影響投資及產業升級意願。
- 8. 政府公權力未充分行使，未能有效保障食品工業之投資。
- 9. 進口食品成本低使本土型食品工業發展受威脅。



## 二 食品經營未來的發展方向

### (一) 食品業 SWOT 分析

經濟部技術處在《食品工業技術發展策略規劃報告》中，以 SWOT 分析進行食品產業的優勢(strength)、劣勢(weakness)、機會(opportunity)、威脅(threat)解析，如圖 1-3。

### (二) 業者因應經營困境之道

面對競爭日益激烈的國內市場，如何做好充分的準備與應戰能力，帶領企業走向永續經營之路，是二十一世紀食品企業經營者的重責大任。郭俊德博士認為食品業未來在經營管理面應朝下列方向發展：

1. 面對國外同類產品競爭壓力。
2. 發展區域性或全球性市場。
3. 建立區域性基地或生產製造研發基地。
4. 發展建立核心技術，以技術輸出及高技術品輸出為導向。