

# 客戶選擇永續冷凍食品工廠的關鍵因素

## The key factors for customers choosing a sustainable frozen food factory

朱培宏<sup>1</sup>

國立高雄科技大學 企業管理系 副教授

peihung.chu@nkust.edu.tw

顏孟輝<sup>2</sup>

國立高雄科技大學 管理學院企業管理高階經營管理碩士在職專班 研究生

J110258104@nkust.edu.tw

### 摘要

ESG 永續經營是近年來企業家責無旁貸所需要面對的責任，尤其在台灣設立冷凍食品工廠的我們，更有義務如何去改善台灣人的飲食習慣，我們也針對生產管理及環境衛生甚至選用高效能的設備，去實現消費者對冷凍產品新認知與更美好的口味，不管是國內或國外市場。讓企業的經營理念有存在的價值，這都是我們企業能永續經營與區隔同業的差異化。

經由文獻探討及結合實務經驗，產出研究層級架構圖，接著透過問卷調查結果顯示，食品製造業及客戶群採購(其中包含：傳統批發業者、電商平台採購業者、連鎖餐飲採購人員及鮮食廠採購人員等)在選擇永續冷凍食品工廠的關鍵因素優先順序不同是 ESG 經營理念、ESG 客戶成功/客戶服務、ESG 生產永續發展及 ESG 員工永續發展。

論文中也針對食品製造業及客戶群採購的問卷做剖釋，結果呈現食品製造業及客戶群採購在選擇永續冷凍食品工廠的關鍵因素中有共同的優先考量，在 ESG 生產永續發展層級中是”管制與追溯系統”，在 ESG 經營理念層級中是”產品安全”，在 ESG 員工永續發展層級中是”健康與福祉”。其次，在架構圖的十三項準則中，關鍵選擇因素前二名同等重要，分別是”管制與追溯系統”及”健康與福祉”，第三名則有不同選擇，食品製造業者選擇”理解客戶需求”，客戶群採購則是選擇”產品安全”。以上研究結果及建言惠允同業參考及引用

**關鍵字：食品製造業者、管制與追溯系統、產品安全、健康與福祉**

### 一.緒論

全球暖化使得人類生存所依賴的糧食供應面臨極端氣候的嚴重打擊而改變了供應鏈，更加上 Coronavirus disease 2019 (以下簡稱：COVID-19) 疫情與世界糧倉烏克蘭與俄羅斯的戰爭雙重不利因素，使得挑戰更是嚴峻。針對這些重大挑戰，永續經營的觀念吸引了學術界與實務界共同的注目，本研究的情境是在大陸經營進口水產品多年的貿易商返台，試圖以永續經營的觀念突破上述的挑戰及在台灣如何強調在地文化及差異化的連動，凸顯現況面臨危機及期待帶動上下游產業的變化。研究背景從兩方面剖釋，經商背景：大陸市場非自由經濟市場所能自主經營。其二，外在環境：野生的漁業資源枯竭，試圖運用上述劣勢條件轉念為永續經營方針。研究動機，綜觀台灣市場所需經營工廠所面臨問題：漁業資源耗盡、水污染、人員素質問題及企業產品安全，運用永續經營觀念以增進競爭力。研究目的，運用 Analytic Hierarchy Process(以下簡稱：AHP)做出市場差異化與獨特性，以作為未來冷凍食品工廠規劃設計。研究流程，從文獻探討及未來冷凍食品廠將營運的差異化方案中，找出客戶選擇的決策因素。

### 二.研究背景及動機

1.根據 FAO (2016) 根據聯合國糧食及農業組織 Food and Agriculture Organization of the United Nations(以下簡稱：FAO)統計，2014 年水產品總量，達 16.72 千萬公噸，捕撈漁業 56%，產量為 9.34 千萬公噸，剩餘來自養殖產量，為 7.38 千萬公噸。過去半世紀以來捕撈水產品的消費數量不斷創新，從 1960 年每年人均消費量 9.9 公斤，至 1990 年為 14.4 公斤，2014 年更超過 20 公斤，隨著全球人口數不斷創新高，估計對捕撈水產品及養殖產品的需求

持續增大，因此對整體需求勢必遠遠不及。因此本研究背景是根據 FAO 統計下探討如何開發永續冷凍食品，以提升冷凍水產加工食品行業國內與國際的競爭力。

2.基於漁業水產資源耗竭、水汙染、職場素養與就業型態轉變、業者產品安全觀念薄弱等因素，本研究認為漁業加工引進永續經營觀念以增進競爭力是企業轉型的成功基石，此為本研究的動機。由於全球捕撈漁業資源減少，全球約 76% 的海洋魚類種群已完成種群評估（佔總產量的 80%）。在評估的魚類種群中，52% 被充分開發，17% 過度開發，7% 嚴重枯竭，只有 23% 未充分開發或中等開發。過去 30 年來，未充分開發和適度開發的種群比例呈下降趨勢，而過度開發和嚴重枯竭的種群比例有所增加。漁獲物的構成也從大型、生長緩慢的底棲食肉動物轉變為小型、快速生長的無脊椎動物和以浮游生物為食的地表魚類。相反，如果沒有適當的漁業管理措施和恢復漁業資源的戰略，漁業資源會快速加劇下降。

### 3.水汙染

水汙染議題從最上游養殖用水及加工廠排放水、最後到餐飲業汙水。簡志賢（2005），指出養殖業的汙染源主要來源於動物的排泄物及清洗動物的廢棄水，是屬於含量很高的有機廢水、高氮磷和殘留用藥及大量的病原體等污染物。台灣的養殖蝦曾經有過「草蝦王國」稱號，以當時的產量與技術優於全世界，甚至盛況期都有「黃金產業」別稱。但好景不長，因為養殖導致養殖池發生病變，俗稱「優氧化」，長時間使用養殖池沒有妥善改善水汙泥及加強氧氣設備等因素，造成大量的蝦產生病變，讓整個關聯產業瞬間崩潰。

### 4.職場素養差異

Eysenck（1961）強調生理遺傳對人的影響為重，其他學者則認為經驗影響人的行為較深遠。台灣兼職佔總就業人口比 5%，從 2008 年的到 2019 年的增長總人數達到 16.9 萬人。而這一增長的主要推動力是越來越多的人打算加入自由職業者的行列，這大大降低了員工工作的穩定性。

Rousseau（1998）指出以往職場“就業保障”已不存在，員工對企業的認同感不再有安定與歸屬感。以國內大型大眾零售商家樂福為例。資訊根源：<https://reurl.cc/VRI9oY>。每年的兼職人員數流失率大於 70%，不僅增加了企業的招聘和培訓成本，導致從業人員的素質無能提供較好的服務質量。

根據勞動檢查年報統計，近五年（106-110）製造業勞工職災人數佔全產業職災人數比例甚高，可見製造業勞工的個人素養及穩定性(如-表)

近 5 年台灣職業災害人次給付概況 單位：人次

年度	全產業				製造業			
	合計	傷病	失能	死亡	合計	傷病	失能	死亡
106	28349	26341	1752	256	9206	8222	918	66
107	26997	25039	1706	252	8628	7684	880	64
108	26019	24323	1456	240	7899	7109	714	76
109	26778	25110	1422	246	7920	7193	665	62
110	26317	24712	1384	221	8155	7363	723	69

資訊根源：<https://statdb.mol.gov.tw/html/mon/28060.htm> /本研究彙整

#### 5.業者對產品安全的觀念與落實狀況不佳

產品安全是消費者對食品的基本需求，故對食品的安全，即不得具有危害健康物品，以定義在合適的空間製造、保存和販賣，降低其在各層面不可控的因素。業界目前普遍現象是從事生產作業人員對食品法規觀念薄弱，且未積極落實產線人員食品衛教課程培訓。

本研究希望將有關客戶偏好的評估構面回歸管理層面非價格導向，透過文獻剖釋彙整出客戶選擇永續冷凍食品工廠應具備的構面因素，並經由評估指標調查出各項因素權重，以了解到客戶的潛在想法，提供相關同業將來規劃冷凍食品工廠，如何在市場取得一定了解，以達到合理需求。所以本研究之動機如下：

(一) 有關客戶決策因素的研究，主要以：ESG 經營理念（產品安全、預製菜、資源共享、永續發展）、ESG 客戶成功（理解客戶需求、危機管理、客情維護） ESG 員工永續發展（健康與福祉、教育培訓、升遷管道）、ESG 生產永續發展（管制與追溯系統、產能需求、新品開發）等綜合性面之探討。

(二) 有關市場消費偏好，並不是任一經濟體或是工廠可以控制的因素，且對人口結構的改變、消費偏好、獲得產品資訊的來源、COVID-19 而消費者與產品的改變及研究目標差異而進行比對，客戶應有新的構面與要素。

(三) 以往研究永續產業多著重點在非食品類，此次以食品行業結合 AHP 為剖釋方式的論文是以行業領導者或專家學者觀點論述，其意見不能代表消費需求者，對於選擇食品工廠會有不同想法。本研究由客戶選擇永續冷凍食品工廠偏好的重視構面不同剖釋。

(四) 本研究希望將有關客戶偏好評估，針對冷凍食品工廠的背景現象，透過文獻剖釋彙整出未來冷凍食品工廠設計規劃應該具備的構面因素，並經由評估指標調查出各項因素權重，以瞭解客戶的潛在需求，提供業者在冷凍食品工廠規劃設計時，如何在市場面與永續概念取得平衡，讓客戶達到合理與實際面的狀態。

### 三.研究目的

秉持 2015 年聯合國提出之 ESG 精神以公司為架構，反映產品與服務面創造之永續經營的附加價值，同理具備 ESG 精神的企業基本都將會受到客戶都會有較高的嘉許，反之若企業不能將 ESG 導入公司，將會是企業阻礙進入更高端市場，因此執行 ESG 已成為企業立即面對的問題。加上近 3 年以來 COVID-19 的蔓延對全球人類的生活影響甚鉅，使得全球對永續的概念已成為未來公司經營策略的指標，公司對承擔環境保護及社會的責任，甚至對內加速轉型取得更多元的業務面向、環境維護的平衡已是箭在弦上的重要課題。

每個客戶對 ESG 經營理念、ESG 客戶成功、ESG 員工永續發展、ESG 生產永續發展等所創造之永續延伸價值有所不同期待與需求，如何在市場做出差異化與獨特性為首重。本研究偏好要素的重視程度，可以作為將來同業間設立冷凍工廠設計時，訂定方針的卓參。茲將本研究目的及描述如下列二點：

- 一、找出客戶選擇永續冷凍食品工廠的關鍵因素。
- 二、經由 AHP 剖釋歸納後，找出客戶選擇永續冷凍食品工廠的優先順序。

### 四.研究流程

本研究從文獻探討及未來冷凍食品工廠將營運的差異化方案中，找出客戶選擇的決策因素，並以 AHP 求得各相關因素對客戶選擇冷凍食品工廠的影響權重比，研究流程如圖。



資訊根源：本研究彙整

## 五.文獻探討與經營理論

近年來由於薪資與生活壓力下，雙薪家庭越來越多；因此職業父母無暇去傳統菜市場採買的因素下，加上生鮮便利超商如雨後春筍般的矗立各社區；因此冷凍食品與食材已成為普遍家庭三餐採買的一大考量。消費者對於食材之來源與品質越加重視下因而促使國家法令對冷凍食品工廠的要求越趨嚴格。

台灣關於冷凍食品行業的研究報告顯示之普遍的特性如下：

一、產品週期短且日新月異。二、替代性高有可以多重選擇。三、高度仰賴進口原料。四、勞力密集等產業等特性。

冷凍食品行業的供應鏈牽涉上下游的產業太多，且也缺乏做好自主管理的動力，雖然食品法規有嚴格的規定，但現實很難全面落實。現階段冷凍食品製造業有很大一部分是來自於工廠加工或是集中管理生產。因此，現在及未來整個產業應符合產品安全衛生與法規框架下製作而成。特別是在全球食品無國界及現行 COVID-19 影響而導致有區域鏈生產需求，再加上人工匱乏、老年齡化、客戶對冷凍食品的定義有別於以往的需求。因此，現在冷凍食品工廠必須除了符合美味、方便、健康，更需要對社會責任有更深層次的探討。

張博雅（2015）指出，所謂「經營理念」英文單字為「theory of business」，是客户、競爭者及企業同仁的價值觀與自認為一套的經營方式，追求企業最大利益化為依據，最終在此基礎上形成企業對外的形象、發展方向、共同信念與追求的經營目標。企業經營所應考量不再只是短暫及股東的獲利，更應思考如何實現永續經營的理念。換言之，就是不再只是企業本身的經營，更要擴大對社會的責任及對環境友善永續經營。Davis et al.（1994）認為各項品質的永續改善，是創造企業的最大競爭力。用奇美企業一段話來概括 ESG 經營理念內涵：「企業是追求幸福的手段」、「人性管理」及「以和為貴」（<https://reurl.cc/oZak75>）。ESG 被視為可以斟酌企業永續性的指標。奇美企業認為，除了追求利潤之外，內在的人文特質和理念是企業持續經營的內涵。其貫徹的企業文化是持續對員工的關愛，並以回饋之心，期待為社會的整體進步和幸福做出貢獻。張書璋（2021）指出，奇美企業在 2020 年可持續發展報告根據全球可持續發展標準委員會（GSSB）發布的 GRI 可持續發展報告標準編制。

引用台積電公司十個觀點來講述 ESG 經營理念內涵：

（一）堅持誠信正直。（二）專注於「專業積體電路製造服務」本業。（三）放眼世界市場，國際化經營。（四）注意長期策略，追求永續經營。（五）客戶是我們的夥伴。（六）品質是我們工作與服務的原則。（七）鼓勵在各方

面的創新，確保高度企業的活力。(八) 營造具挑戰性、有樂趣的工作環境。(九) 建立開放型管理模式。(十) 兼顧員工福利與股東權益，盡力回饋社會。

上述企業經營理念已將永續的環境保護、社會責任與企業治理等面向全包含在內。資訊根源：<https://www.tsmc.com/chinese/aboutTSMC/values>。

## 六.冷凍食品工廠經營管理

冷凍食品工廠經營管理範圍廣泛，結合實務經驗，可將重點分以下三項：

### (一) 人員管理

管理的本質是激發員工的潛能和善意，人員管理一直以來都是企業面臨的問題，管理的本質是運用邏輯管理事務，用文化及同理心讓自身能在工作上有所發揮；老一輩的長輩老是掛在嘴邊說：「帶人要帶心」就是這道理。

### (二) 生產環境

工廠生產環境是在食品經營管理重要環節之一，根據我國「食品工廠建築及設備設廠標準」。

### (三) 追蹤追溯制度

是指食品業者通過在產品及相關食品供應過程的各個步驟進行標示，可用於追溯食品供應或追蹤產品流向的措施，並設立相關的信息和管理措施。政府於民國 100 年推動食品雲計畫，與衛福部所建構的核心「食品雲系統」（非登不可、非追不可、非報不可、非驗不可、非稽不可），全方位保障民眾「食」的安全。資訊根源：<https://www.mohw.gov.tw/cp-2623-19653-1.html>。

## 七.何謂預製菜

預製菜（台灣統稱為：調理食品）一種預先準備、經過加工廠處理完成的菜餚，不改變物理特性、工業化、方便快捷，基本已經過調味。組成原料是由農、畜、禽、水產品為原料，通過各種輔料配置，經過加工廠預先將製程的成品或半成品。加工製程包括：切割、柔和、浸漬、搓揉、壓合、調和味道等處理。與現場製作菜餚相比，預製菜需要提前準備並經過加工廠處理。

林慧生（2005）指出近年來由於社會結構、人口結構與生活型態的改變，對冷凍預製菜食品產業的認知趨於成熟，消費意識高漲及產業互相的競爭，因此安全、美味、方便已成為冷凍預製菜基本需求，冷凍物流的成熟讓整個服務系統更完善，也讓消費者接受度更高。

## 八.產品安全

產品安全定義：食品法的規範，廣泛且跨學科領域，專門討論各方如何確保食品衛生與產品安全，降低潛在的疾病風險，預防食品加工、食品保存、銷售與運輸的食品中毒。李龍發（2021）指出，當食品從原料經過加工廠製作並進行行銷，考慮食品來源因素：食品內外標籤標示、生產製作食品的衛生環節、食品所使用的添加物及原料的藥物殘留、動物用藥等政策相關規定，政府須制定標準來管理食品並啟用機制來檢驗及認證系統進行抽驗檢查。王劍（2007）指出，產品安全與社會、經濟、食品生產等方面有關連。

## 九.資源共享

(一) 所謂「資源共享」英文單字為 (Resource Sharing)，基於網路的資源共享給許多愛好者且不追求利益者，透過一些平台將自己部份收藏分享給大眾。Porter, M. (1980) 曾經指出「多數的關聯企業聚集在同地區，產業將結成巨大的供應鏈，彼此間頻繁接觸使得訊息互相交流，同時也激勵彼此間的技術與創新」。

(二) 資源共享原理：謝希仁（1994）指出：1.大數定律。2.規模經濟。3.整合採購。

## 十.ESG 客戶成功

### 一、ESG 客戶成功定義

(一) 客戶滿意度:Miller (1977) 對於客戶滿意度，起因於客戶期望滿意程度是產品購買與使用的感受滿意度結果。

(二) 客戶服務:Regan (1963) 對服務定義：1.無形性 (Intangibility)。2.同時性 (Simultaneity)。3.異質性 (Heterogeneity) 4.易消滅性 (Perishability)。

## 十一.ESG 員工永續發展

林慧生 (2005) 指出，人才是企業真正的主人，如何知人、用人、育人和留人是公司最重要的事情。因此，做好人力資源的統籌規劃，讓人們為公司創造更多的價值，也會提出更多的要求與興革意見。

## 十二.ESG 員工永續發展

健康與福祉、教育訓練、升遷管道一直是我們認為企業與員工共存、共榮的基本動力。黃英忠 (1998) 指出，企業提供員工福祉是基本權益之一。蔡宏昭 (1992) 指出：企業福利是由勞資合作，為達成員工福祉與企業成長的一種手段，為企業管理的一種方式。郭穎昌 (1997) 指出，對員工福利定義為除了工資給付以外，其他提供任何報酬，均屬於員工福利。

## 十三.教育培訓

許昌隆、林淑慧 (2015) 指出，當情況必須解決時，通常企業或組織會考慮使用教育培訓。孫本初 (2000) 指出，通過教育培訓解決員工工作行為異常或知識和技能無法體現工作能力表現時，需尋求解決或改善之管道與方法。

## 十四.ESG 生產永續發展

施明智 (2021) 指出，執行工廠管理人的工作，稱為工廠管理。此外，衛生福利部依「食品法」頒布實施「食品企業登記條例」，規定食品企業必須先辦理登錄後才能經營。資訊根源：<https://reurl.cc/gQ1dqX>。

## 十五.品質認證與追溯體系

Hazard Analysis Critical Control Point 中文名「產品安全管制系統」，也可稱為「危害剖釋重要管制點」，李綿真 (2002) 認為是目前相對較好的產品安全控制制度。方立維 (2011) 主要目的為食品與食品成分具有可追溯性。姚念周 (2003) 認為確保國家食品衛生安全，相關食品業者正在加強建立自我管理制度，以消費者產品安全為重點，促進國內食品行業整體發展。汪復進 (2019) 認為產業改造，讓國內食品行業更適應國際競爭，並取得食品驗證，讓進出口產品安全無虞。

## 十六.新品開發

林慧生 (2005) 指出，新品開發都有其生命的週期，應針對客戶需求與消費市場趨勢規劃新產品之開發計畫。企業在優勝劣敗競爭激烈下，其生產技術、行銷策略需要不斷推陳出新以吸引消費者的目光，最好是針對以往的缺點有所改善。並結合市場與客戶資源及商業訊息共同去開發有別於競爭對手產品，而這產品誕生是與客戶碰撞的果實，是經營企業管理一大決策方向也是永續的遞延。

## 十七.研究方法

本研究採層級剖釋法作為探究工具，研商客戶選擇永續冷凍食品工廠的關鍵因素，將商榷研究架構、AHP 及本研究的構面與準則評定，其中關鍵因素為本研究生所帶領台灣某冷凍食品工廠經驗為雛型，轉變為研究架構及方法，以進行後續的剖釋。

## 十八.ESG 經營理念

隨著消費習慣及人口結構改變，是我們牢記市場差異化的根本。我們捨棄最熟悉的原物料進口水產買賣，轉而專研預製菜的領域，利用之前熟識的進口產品知識及特性與客戶為知識的傳達教育，行銷客製化差異口味，同時也達到資源共享理念與初衷。與客戶溝通之餘我們會加入讓產品穩定與可永續的概念元素來豐富預製菜的前景。

## 十九.ESG 客戶成功

理解客戶需求，完善解決企業危機問題並實現客戶關鍵成功因素。業務與客戶的互動維護情感、解決客戶的痛點達到雙贏的局面，超越客戶期待值，才是重中之重。讓製造產業蛻變至服務行業再進化到智慧化。

## 二十.ESG 員工永續發展

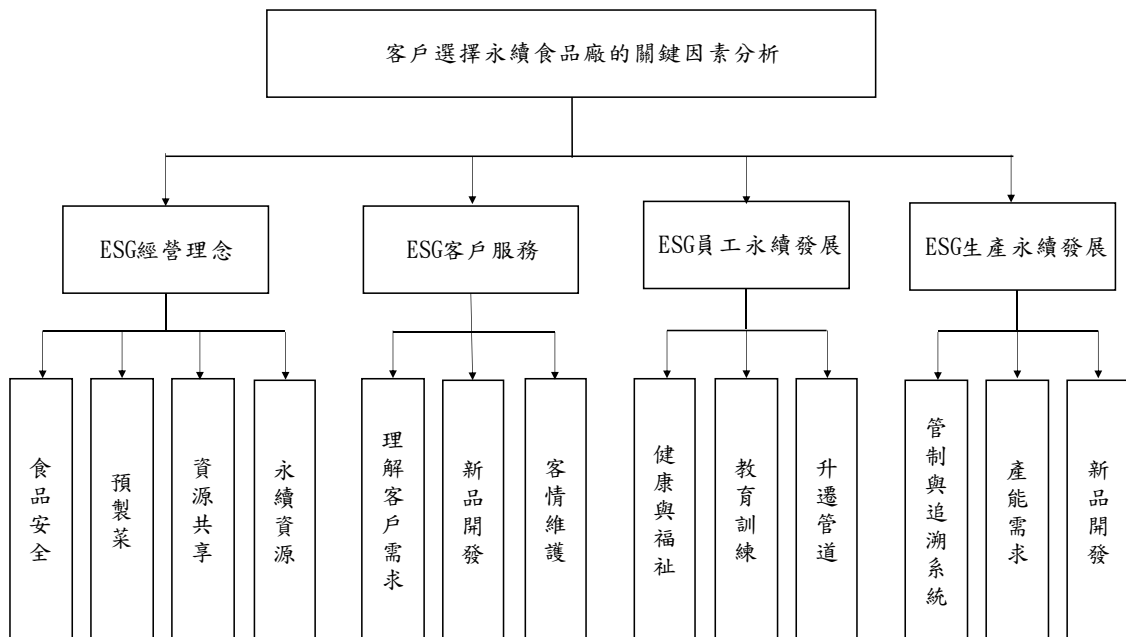
黃英忠(1998)企業提供員工福利為勞工基本權益之一。周詩琳、李誠(1999)表示隨著經濟發展與人均所得提昇，員工除了追求薪資報酬，對於員工福利的內容也趨向個別化與多元化。楊松德、洪榮昭、王麗容(1993)指出，例如研究結果發現，企業的福祉對於工作表現有正向的影響。

## 二十一.ESG 生產永續發展

依照台灣冷凍食品工廠的現況而言，工廠依據相關的管制與追溯系統，指在整個生產過程及供應產品鏈中，以預防產品安全為之重要環節。其二，針對工廠的設備與優勢，找到認同價值的客戶，達到市場銷售與存在價值的必要性。最後才是所謂產能，依照客戶要求時間提出完成訂單時間。

## 二十二. 剖釋架構圖

綜上所述，建構出本研究之架構圖及彙整出客戶選擇永續冷凍食品工廠的關鍵因素剖釋及評鑑指標定義所重視的四大構面評鑑指標定義如下說明



## 二十三.研究範圍

本研究預計發二類體系：1.食品製造業：共計6位。2.客戶群採購(傳統批發業者、電商平台採購業者、連鎖餐飲採購人員、鮮食廠採購人員等)共計9位，進行問卷調查。後進行計算及資料剖釋以求得客戶選擇永續冷凍食品工廠的關鍵因素剖釋。

## 二十四. AHP 問卷主基本資料統計表

項目		資料佔比		
		人數	%	
食品製造業	性別	男	4	67%
		女	2	33%
	年齡	30歲 <sup>+</sup>	-	-
		40歲 <sup>+</sup>	2	33%
		50歲 <sup>+</sup>	2	33%
		60歲 <sup>+</sup>	2	33%
學歷	高中 <sup>+</sup>	4	67%	
	大學 <sup>+</sup>	2	33%	
客戶群採購	性別	男	5	56%
		女	4	44%
客戶群採購	年齡	30歲 <sup>+</sup>	3	33%
		40歲 <sup>+</sup>	4	44%
		50歲 <sup>+</sup>	2	22%
		60歲 <sup>+</sup>	-	-
	學歷	高中 <sup>+</sup>	3	33%
		大學 <sup>+</sup>	6	67%
	傳統批發業者	男	4	44%
		女	-	-
	電商平台業者	男	-	-
		女	1	11%
	連鎖餐飲採購人員	男	1	11%
		女	1	11%
	鮮食廠採購人員	男	1	11%
		女	1	11%

資訊根源：本研究彙整

## 二十五. 結果序列

食品製造業、客戶群採購十三項準則選擇的結果序列

序列	食品製造業	客戶群採購
1	管制與追溯系統 0.580219	管制與追溯系統 0.719564
2	健康與福祉 0.573298	健康與福祉 0.63527
3	理解客戶需求 0.540476	產品安全 0.570776
4	產品安全 0.51252	理解客戶需求 0.549392
5	教育培訓 0.284903	危機管理 0.262026
6	危機管理 0.263356	教育培訓 0.252539
7	產能需求 0.26044	客情維護 0.188581
8	客情維護 0.196168	產能需求 0.162276
9	預製菜 0.195051	預製菜 0.153933
10	新品開發 0.159341	永續發展 0.147175
11	永續發展 0.149229	資源共享 0.128116
12	資源共享 0.14320	新品開發 0.11816
13	新品開發 0.11816	升遷管道 0.112191

資訊根源：本研究彙整

## 二十六. 結論與建議

本研究中發現客戶及同業間選擇永續冷凍食品工廠的關鍵因素是管制與追溯系統、健康與福祉及理解客戶需求和產品安全。同理沒有一個完善的保障制度必定不會有員工盡心力去為公司把關好每個環節，尤其是在缺人的環



境下更應該對每位同仁善盡福祉確保永續經營。上述所講的就像一個善的循環：好的工作環境>善待員工>遵循食品法規>傾聽客戶需求>製造好的安全產品，企業才得以永續。

## 二十七.管理意涵

因此，根據研究結果，有以下建言給預備設立冷凍食品工廠的業者：

(一)重視「食品雲」是食品工廠基本要素:根據現行食品法規需要落實「非登不可」登錄及食品登錄字號。並建立「非迫不可」讓產品履歷及資訊透明。

(二)人才不是公司的資產，是企業最重要的根本關鍵:建言是唯有好的工作環境及福利制度，才能留住「人才」及企業文化的「人和」。(三)永續產品開發:建言是唯有好的研發商品定位，企業才得以有「永續的、善的循環產品」。

(四)與客戶分享平台、鏈結產業結合:建言敞開心胸去接納彼此優勢，市場沒有任何一家企業能一直獨佔鰲頭，建構信任的關係，趨動昔日對食品製造行業的熱情。

### 參考文獻

- 1.簡志賢(2005)。最適化食品廢水處理程序之研究。高雄第一科技大學環境與衛生工程所。
- 2.Eysenck, H. J. (1961).The effects of psychotherapy of abnormal psychology : An experimental approach (pp.97-725).NEW York : Basic Books.Rousseau, D. M. (1998). Why workers still identify with organizations, Journal of Organizational Behavior, 19 : 217-233.
- 3.張博雅(2015)。企業社會責任永續發展-以 T 公司為例。逢甲大學碩士工業工程與系統管理學系所。
- 4.Davis et al., 1994. Proc. National Agricultural Research Institute with the Caribbean Agricultural Research and Development Institute (CARDI), October 20-23, 1992, Mon Repos, East Coast Demerara, Guyana, 107-112.
- 5.張書瑋(2021)。ESG 企業永續報告書準備好了嗎？會計研究月刊。422 期，66-74 頁。
- 6.林慧生(2005)。食品工廠經營管理。華香園出版社
- 7.李龍發(2021)。臺北市國際觀光旅館餐飲部員工對產品安全、工作環境衛生認知與工作衛生行為之研究。景文科技大學旅遊管理系觀光與餐旅管理研究所。
- 8.王劍(2007)。產品安全與健康。上海科學技術出版。
- 9.Porter, M. (1980) Competitive Strategy, Free Press, New York, 1980.
- 10.謝希仁、陳鳴、張興元(1994)。計算機網絡。電子工業出版社。
- 11.Miller, J. A(1997), Studying Satisfaction : Modifying Models, Eliciting Expectation, Posing Problem, and Making Meaningful Measurements in The Conceptualization of Customer Satisfaction and Dissatisfaction. H. Keith Hunt et at., Cambridge, Mass : Marketing Science Institute.
- 12.Regan, W. J. (1963). The service revolution. Journal of Marketing, 27(3), 32-36.
- 13.黃英忠(1998)。人力資源管理。三民書局。
- 14.郭穎昌(1997)。企業員工福利制度之經驗剖釋。勞工研究季刊第 128 期，頁 86-97。
- 15.許昌隆、林淑慧(2015)。以人力資本觀點探討醫院員工教育訓練需求、教育訓練成效移轉與工作績效之關聯。勞資關係論叢第 17 期，頁 37-59。
- 16.孫本初(2000)。公務人員訓練需求評估之研究。國立政治大學公共行政及企業管理教育中心。
- 17.施明智、成安知(2021)。實用食品工廠管理。五南圖書出版股份有限公司。

- 18.李綿真(2002)。HACCP 研習報告。振興醫學中心營養情報站。
- 19.方立維(2011)。從歐盟產品安全政策中的風險預防角度看塑化劑風暴。經濟  
前瞻。第 136 期，頁 105-109。
- 20.姚念周(2003)。HACCP 制度的國際趨勢。食品資訊第 196 期。
- 21.汪復進(2011)。HACCP 理論與實務(第三版)。新文京開發出版股份有限公司。
- 22.周詩琳、李誠 (1999)。員工特徵對員工福利需求及滿意度的影響-以 B 公司為例。第五屆企業人力資源管理  
診斷專案研究成果研討會。行政院勞工委員會：國立中央大學人力資源管理研究所主辦。
- 23.楊松德、洪榮昭、王麗容(1993)企業福利措施對提昇工作意願與生產力之研究。勞工研究季刊，第 110 期，  
頁 1-19。