建國科技大學

工業工程與管理系

一 O 一學年度畢業專題製作

產銷體系改善分析–以頂好商號爲例

The Analysis of Product Marketing System Improvement–Taking DH Co as an Example

IE101 日 四 A-08

指導老師

楊哲維

製作學生

洪振宏 98405019

陳柏全 98405034

陳正航 98405034

黃信全 98405016

中華民國一 O 二年四月

建 國 科 技 大 學　工 業 工 程 與 管 理 系

畢業生專題製作口試委員會審定書

本系 101 學年度畢業生：洪振宏、陳柏全、陳正航、黃信全 等 4 員

所提專題題目：產銷體系改善分析－以頂好商號為例

合於大學生畢業資格水準，業經本委員會評審認可。

口試委員：林宗南　楊哲維　陳錫川

指導老師：楊哲維

系 主 任：

中 華 民 國 102 年 5 月 9 日

誌謝

本專題報告能夠順利完成，首先該感謝我們的指導老師楊哲維；在他的竭盡心力下，幫助我們每位專題成員克服了各項問題，更使得我們能夠淋漓盡致的盡其所長與運用這兩年來每位專任老師的用心教導。

最後也感謝頂好商號的老闆以及全體員工，在他們的專業知識和累積經驗下提供了許多資料，使我們在這次的專題製作過程中，學習到許多寶貴知識並順利完成。另外，在這段團隊合作及經過長時間的考驗挑戰下，我們不斷地在失敗中成長，並從懵懂到現在的專題成果，這是要感謝本組專題成員之間的互助，使大家能夠一起相輔相成，完成這份研究。

摘要

台灣加入 WTO 後，農、工業首當其衝，其中對於傳統產業的影響更加明顯。因爲傳統產業普遍資金不足，組織不夠健全，相對競爭力亦形薄弱，再加上國內近年來的勞資及成本問題，迫使產業紛紛轉向對岸或東南亞國家設廠，留下來的廠商則需苦思開源節流之道，以避免關廠的命運。本專題研究的主要目的，就是替研究個案公司建立實體的行銷手法，並進行 SWOT 分析、倉庫庫存、實體行銷上的價格標示以及如何讓商品更加吸引客人。

首先，我們進行 SWOT 分析，讓業者瞭解該行業所具有的優劣機會及威脅，並進行改進建議，以強化公司競爭優勢。接著，我們從公司內部運作的生產管理以及出貨管理，生產型態著手，並藉由進銷存貨的系統分析，以提供公司的缺失評估及改善建議。透過本專題的製作，除了讓每位參與同學有將理論與實際結合的機會外，更期望能對該公司的運作有實際的助益。

關鍵詞：SWOT 分析、出貨管理、進銷存貨分析。

Abstract

Due to the participation of WTO, Taiwan's traditional manufactures have been encountered with great impact, especially the agriculture and the industry. Traditional manufactures in Taiwan have had the problems of lack of capital and of being not well-organized, which make them less competitive. Besides, because of the payment and the cost becoming higher and higher, it also brings up the traditional manufactures big pressure. Therefore, most of them move to China or the countries in southern east; while ,to survive, those that are not able to do so are have to come out a way of how to have a cut in cost and to become more competitive in Taiwan, otherwise, they might be forced to shut up. Therefore, our research is to help those traditional manufactures still struggling in Taiwan build up a concrete system for them to practice the development of their manufactures. The way we commit to help them is to use the analysis of SWOT, the arrangement of storage, and the price marking on selling practically as well as the skill of how to make the products more attractive.

First of all, we let our customers realize what the advantage and disadvantage they have by the analysis of SWOT so as to propose our suggestions to strengthen their advantage. Next, in order to present our evaluation in the disadvantage and our propose in administration, we plan to rearrange their administration of produce、shipping and the analysis of the system of stocking. Therefore, we except this presentation of our project can not only practically benefit traditional manufactures but also enable each of our teammates to realize what it is to combine the theory with the real situation.

Keywords: SWOT analysis, shipping management, Invoicing goods analysis.

目錄

中文摘要----------I
英文摘要----------II
目錄----------III
圖目錄----------V
表目錄----------VII
第一章　緒論----------1
第一節　研究動機----------1
第二節　研究目的----------2
第三節　研究流程----------2
第二章　文獻探討----------4
第一節　SWOT 分析----------4
第二節　可行的訂單型態及處理----------5
第三章　公司簡介以及 SWOT 分析----------7
第一節　公司簡介----------7
第二節　SWOT 分析與應用----------8
第四章　市場實體行銷----------15
第一節　商品標誌與價格----------15
第二節　市場調查----------17
第三節　行銷方案----------28
第五章　訂單管理----------34
第一節　軟體功能簡介-鉅盛資訊庫存、訂單世家----------34
第二節　軟體功能簡介-鉅盛資訊訂單世家----------36
第三節　頂好商號導入訂單世家的剖析----------40
第四節　結論----------48
第六章　倉庫管理----------49
第一節　倉庫管理----------49
第二節　導入軟體需求----------50

第三節　軟體功能簡介-鉅盛資訊庫存世家----------52
第四節　檢討與建設----------66
第七章　結論----------67
第八章　參考文獻----------68

圖目錄

頁碼

圖 1-3-1　研究流程圖----------3
圖 3-1-1　頂好商號位置圖----------8
圖 4-1-1　實體價目圖----------17
圖 4-2-1　年齡圓餅圖----------21
圖 4-2-2　職業圓餅圖----------22
圖 4-2-3　婚姻圓餅圖----------23
圖 4-2-4　居住地圓餅圖----------24
圖 4-2-5　各年齡是否到傳統市場購買肉品的經驗分配圖----------25
圖 4-2-6　未購買原因圓餅圖----------25
圖 4-2-7　整體滿意度長條圖----------27
圖 4-2-8　DM 圖-1----------30
圖 4-2-9　DM 圖-2----------31
圖 4-2-10　DM 圖-3----------32
圖 4-2-11　DM 圖-4----------32
圖 4-2-12　傳單圖----------33
圖 5-2-1　訂單世家主畫面----------36
圖 5-2-2　訂單世家流程圖----------37
圖 5-2-3　可建立多家公司資料----------37
圖 5-2-4　使用者權限資料----------38
圖 5-2-5　客戶資料----------38
圖 5-2-6　產品基本資料----------39
圖 5-2-7　客戶訂單----------39
圖 5-2-8　訂單金額排名----------40
圖 5-3-1　牛肚交易歷史紀錄包括幣別、定價、數量、交易日期----------41
圖 5-3-2　牛肉片交易歷史紀錄包括幣別、定價、數量、交易日期----------42
圖 5-3-3　牛腱交易歷史紀錄包括幣別、定價、數量、交易日期----------43

圖 5-3-4　11/8~12/18 羊肉片的交易歷史紀錄----------44
圖 5-3-5　10/03~11/06 羊肉片的交易歷史紀錄----------44
圖 5-3-6　09/06~09/26 羊肉片的交易歷史紀錄----------45
圖 5-3-7　梅花肉的交易歷史----------45
圖 5-3-8　三層肉的交易歷史----------46
圖 5-3-9　固定客戶張小姐----------46
圖 5-3-10　固定客戶黃小姐----------47
圖 5-3-11　固定客戶陳小姐----------47
圖 6-3-1　庫存世家主畫面----------52
圖 6-3-2　庫存世家作業流程圖----------53
圖 6-3-3　可建立多家公司資料----------54
圖 6-3-4　參數設定----------54
圖 6-3-5　客戶資料----------55
圖 6-3-6　客戶產品----------56
圖 6-3-7　交易歷史----------57
圖 6-3-8　產品基本資料----------58
圖 6-3-9　客戶銷貨----------59
圖 6-3-10　現有庫存量----------60
圖 6-3-11　業務業績統計----------61

表目錄

頁碼

表 3-2-1　SWOT 分析表----------11
表 3-2-2　USED 改善方法----------13
表 4-1-1　價目表----------16
表 4-2-1　問卷表----------18
表4-2-2 信度分析Cronbach Alpha值－SPSS輸出結果----------20
表 4-2-3　年齡統計表----------21
表 4-2-4　職業統計表----------22
表 4-2-5　婚姻統計表----------23
表 4-2-6　居住地統計表----------24
表 4-2-7　各年齡是否到傳統市場購買肉品的經驗分配表----------25
表 4-2-8　未購買原因統計表----------25
表 4-2-9　產品內容調查表----------26
表 4-2-10　滿意度調查表----------27
表 4-2-11　整體滿意度表----------27
表 6-3-1　進貨統計----------62
表 6-3-2　銷貨排名統計表----------63
表 6-3-3　應付帳款統計表----------63
表 6-3-4　應收帳款統計表----------64
表 6-3-5　庫存現量表----------65
表 6-4-1　分析特性表----------66

第一章　緒論

隨著經濟的起飛，傳統的生產管理方式，已趕不上現代的企業所要求的狀況，而是應講求如何以最低的生產成本作爲首要，以達到獲得最大的經濟效益，才是值得研究的。雖說如此，但放眼望去，還是有不少的中小企業，仍以不合經濟效益的管理方式經營，缺乏有效率的管理制度，逐漸被強大的競爭壓力所擊倒，因此仍存在有很大的改善空間。

國內中小企業對促進台灣經濟成長、拓展對外貿易、創造就業機會、增加國民所得等方面，一直是台灣經濟成長難以忽視的主軸力量，政府應發揮中小企業強韌的企業特質，共度經濟危機。當面臨這波市場不景氣，及內、外環境不佳的影響，造成很多廠商倒閉歇業，面對這前所未有的經濟大考驗，雖然中小企業代表台灣堅韌不拔的精神，在商場上不屈不撓，一點一滴建立其經濟成就，但由於中小企業廠商規模較小，經營基礎較爲薄弱，易受外在環境變化影響，加以先天擁有的資源較爲不足，因而在經營上亦存在著許多劣勢。因此本組想利用專題製作的機會，藉著課堂上所學的相關課題，將知識應用在該公司，以協助建立相關的管理制度，提昇生產效率，並增加本身的實務經驗。對此企業界對本身困境及如何因應其實相當清楚，不外乎提高自動化及品質層次、增強產能，在景氣谷底時更應該致力提升產品品質，才能在景氣反轉時，及時滿足市場需求。

第一節　研究動機

由於社會資訊的發達與進步，對於傳統產業的衝擊更加快速。因此，如何讓這些傳統產業的傷害降到最低，是我們必須要思考的問題。雖然，台灣的社會轉型明顯的由農、工社會，漸漸趨向商業社會，讓農、工社會的比重迅速縮短，以及勞資問題與成本的問題，使得台灣工業轉向於對岸及東南亞國家設廠，以求持續經營的理念。在台灣加入 WTO 後，農、工社會的人民首當其衝，而企業所需的成本也要做調整，但卻無法承受沉重的資金，才決定放棄故鄉向外發展。對於中小企業公司又該如何？這是我們所必須要探討的問題。中小企業與大企業相較

之下，理念雖不優於大企業；但由於資金不夠龐大，加上組織不夠健全，倘若向外投資發展，相對的風險，也大於大企業。因此，這些中小企業的未來發展方向，是我們可以來深思的。

第二節　研究目的

此次的研究選取頂好商號作爲研究對象，藉此機會了解中小企業的發展現況，並分析、計畫未來該公司的發展方向，讓中小企業在台灣也可以永續發展。首先需要先了解該行業目前的經濟大環境概況，進行蒐集及訪談後，本組對公司進行現況分析，並運用所學的課程，加以方法改善，以提昇工作效能。並進一步了解分析該公司的生產型態以及進出貨模式。

第三節　研究流程

首先，我們必須先了解目前的社會概況，並且配合 SWOT 分析來進一步了解頂好商號的內部概況。第二，將該公司的接訂單之處理方式了解，進出貨的類型、種類加以區分，讓我們能初步了解到交易型態。接下來，我們要深入的了解公司內部之主要流程。從公司的接單生產來著手，找出公司內部的主要問題及機器使用程度，是否有充分的利用。

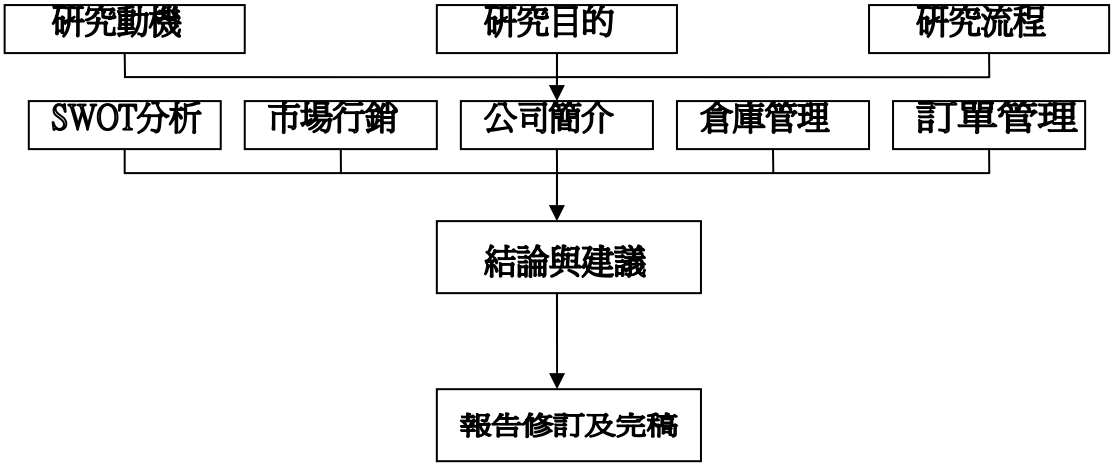


圖 1-3-1　研究流程圖

第二章　文獻探討

第一節　SWOT 分析

有鑒於現代化政府，擬定行政或研究計畫作爲必須引用 SWOT 分析，當成事先研究評估計畫執行預估其成效可行性。雖已有政府機構成員接受 SWOT 分析專業訓練，但仍屢見引用操作失當現象。SWOT 分析是 David（1986）所提出的一般策略管理模式，分爲策略產生、執行、評估三個步驟。在策略產生的過程中，主要從組織內部與外部，找出內部經營所擁有之優勢及劣勢，外部環境所面臨之機會及威脅，進而研擬出適當之目標與策略。SWOT 分析僅提供分析方式，爲提供如何發展經營策略(Management Strategic)；而 1982 年 Weihrich 提出 TOWS 矩陣，是 SWOT 分析方法中獲得策略的方法之一；主要在檢視組織內外部環境，策略之產生及利用 SWOT 分析後，採策略配對，把握經營管理上之優勢克服本身弱勢，利用外部環境機會，避開競爭者威脅以期能爲組織找到最佳之生存利基。今大家將此系統性分析以研提策略方式慣稱爲 SWOT 分析。經營策略(Management Strategic)是有效性(Do the right thing)與效率性(Do the thing right)的經營管理的謀略，是一種能夠推動企業明確方向性及有效內聚力的落實方法。組織經營策略主要在決定組織的範圍和使命，以及各事業單位間的資源分配，包括有遠景策略，產業方向、產業價值鏈、核心競爭優勢，以及部門決定如何在其所處的產業中取得持續性的競爭優勢，包括有資源分配、組織發展、發展策略。而使用在組織各功能部門的策略又稱功能性策略包括：行銷策略，市場研究、競爭動向、定位利基、產品策略，顧客需求、技術動向、產品動向。

經營策略(Management Strategic)應用SWOT矩陣分析，是在針對經營問題與制定解決對策的一種思考方法，主要目的是在建構一套有效性的策略系統，亦即透過TOWS矩陣分析的協助，將經營上具複雜性或困難性等的問題陳列，並針對問題而能制定有效的解決對策。由於SWOT矩陣能將複雜問題和對策予以簡單要因化，而能讓經營者迅速並準確地制定其經營方針。

Weihrich.H指出SWOT分析步驟：

（一）先對組織進行描述、定義，使組織策略之擬定更能明確。

（二）確認影響組織的外部因素。

（三）檢視組織內部之優缺點。

（四）發展所有可行之策略。

（五）選擇可行之策略。

SWOT(Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats)是指組織內部條件的優強勢(Strengths)與劣弱勢(Weakness)，以及外部環境的機會(Opportunities)和威脅(Threats)。SWOT分析意即分析組織所處的產業與外在競爭環境，找出組織未來成長的機會與威脅，接著再分析組織內在條件如經營績效、組織資源、或企業文化的優劣勢。 內部條件優強與劣弱勢(S-W)分析，是內部進行評估的方法，主要目的是在確認組織內部本身條件的專長與能力等因素關係。本身內部條件的優勢與劣勢，是組織可以加以控制的內部因素，包括有財務資源、技術資源、研究發展、組織文化、人力資源、產品特色以及行銷資源等因素。機會和威脅(O-T)分析，是屬於對外部環境進行評估的方法，主要目的是在確認組織外部的產業環境的競爭與政經等因素關係。外部環境的機會和威脅，是組織無法加以控制的外部因素，包括有競爭、政治、經濟、法律、社會、文化、科技以及人口環境等因素。

第二節　可行的訂單型態及處理

一、訂單型態

流通業是一個多業種多業態的行業，不同的業種、業態有不同的銷售通路及交易方式。傳統的銷路通路；銷售方式更是多樣化，尤其在今天這種消費者(買方)處於凡事雇客第一的商業環境裡，供應商好像只要接到訂單，往後的情都可以克服、都可商量這種窮則變的生意態度，反映出多元化的銷售交易型態、現就一般訂單交易型態分析如下。

二、各式交易訂單

1.一般交易訂單

正常，一般的交易訂單，接單後案正常的化業程序煉貨、出貨、配送、 收

款、結案的訂單。

2.現銷式交易訂單

與客戶當場直接交易，直接給我交易訂單，當場拿貨給客戶，如業務員至客戶處尋獲埔銷 所取得的交易定單貨客戶直接至物流中心取貨的交易訂單。

3.寄庫式交易

客戶因促銷降價等市場因素而先訂購某數量商品，往後視需要再要求的交易。

4.間接交易訂單

客戶向物流中心訂貨，但游供應商直接配送送給客戶的交易訂單。

5.合約式交易訂單

與客戶簽訂配送契約的交易。如簽訂某期間內定時配送某數量商品。

6.兌換卷交易

客戶兌換卷所換兌換商品的配送出貨。

三、現況況狀

1.透過電話訂貨直接完成訂單出貨，出貨完，在接下一筆訂單 因此並沒有詳細的紀錄過程。

2.給客人數種服務方式借此增加公司彈性。

四、現況可行的數種交易訂單處理方式

1.一般交易訂單

使用電話接到訂單然後已紙本記下來問客戶需要哪時候可以交貨擬定最快運送路線把貨物交給客戶。

2.現銷市交易訂單

由在市場的交易方式解決客戶需要什麼商品直接幫客戶處理直到把貨物交給客人。

3 寄庫式交易

客戶需要什麼貨物先暫存在我們倉庫已電話通知過後再用送貨方式把貨物達到客戶手中。

第三章　公司簡介以及 SWOT 分析

第一節　公司簡介

1.頂好商號

員工人數:7 人。

資本額:300 萬。

地點:彰化縣員林鎮建國路 188 號。

製作商品:來自各國品牌的牛肉、豬牛、羊肉。

產業:加工業。

類型:市場。

公司規模:中小型公司

2.頂好商號老闆之前從事肉類屠宰，對於一些肉品的了解以及部位的特性特別了解；因此，在工廠買了些機器來對各種肉品進行加工，使得能更方便、更省時的滿足客戶需求。

3.產品介紹

來自各國的肉品，包含了；美國、澳洲、紐西蘭的各種部位的肉品種類，藉由加工以及販賣。

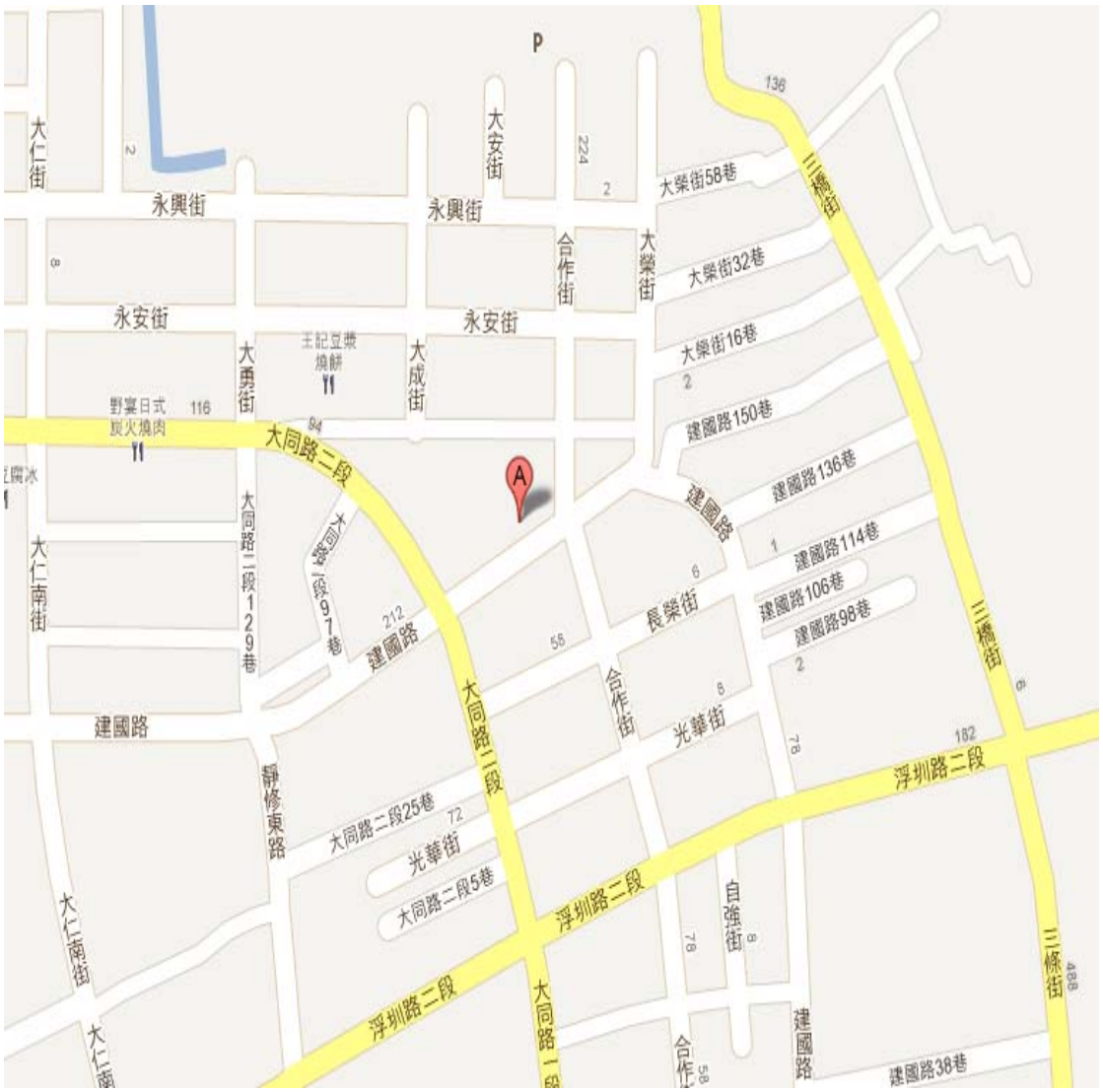


圖 3-1-1　頂好商號位置圖

第二節　SWOT 分析與應用

一、SWOT 分析對中小企業之必要性

SWOT 分析是企業管理理論中相當有名的策略性規劃，主要是針對企業內部優勢與劣勢，以及外部環境的機會與威脅來進行分析，而除了可用做企業策略擬定的重要參考之外，亦可用在個人身上，作爲分析個人競爭力與生涯規劃的基礎架構，其結構雖看似簡單，但卻可以用來處理非常複雜的事務；可說是一種相當有效率，且幫助做決策者快速釐清狀況的輔助投資工具。

而所謂 SWOT 分析，逐字拆開來各自所代表的意義如下所示，其中優勢與劣勢乃指本身內部條件的運用，包括設備、人力、制度、儀器等；機會

與威脅則是指企業面對的外部條件，包括經濟、消費者、法律文化、社會大眾等。對投資朋友而言，SWOT 分析將可用來了解並研判某產業或企業在該領域的競爭優勢，有助個人投資理財規劃，唯進行 SWOT 分析時，應盡量將各項相關資料與條件詳細列入，以利進一步的分析與探討。舉例來說，優勢部分可列出企業之核心競爭優勢，如：擁有哪些致勝的新技術；劣勢部分則可以考慮企業有哪些較弱的層面，如：有哪些力有未逮之處；另外，就外部環境來說，機會部分可仔細思量，在市場環境中將有哪些有利條件，有助企業營運發展，如：隨著潮流的演變，將有哪些新商機；威脅部分則可觀察競爭對手或政府財經政策面有哪些改變，可能威脅到企業之生存，如：哪些政經環境改變將對企業造成負面的影響。

由此可知，進行 SWOT 分析除了可以增進企業或自己了解本身的優勢與有利機會，同時亦可進一步迫使企業或自己注意到本身的弱點與所面對的威脅，如此一來，將可在「知己知彼」並掌握大環境趨勢變化下，督促企業或自己在既有的基礎上，正視本身的短處與面臨的潛在危機，並加以改進與補強，以強化企業或個人之競爭優勢。

二、頂好(商號)之 SWOT 分析

(一)、優勢（Strength）

該企業具有的優勢：

1.市場中的老字號，已在員林地區打響了名聲。

2.在市場能夠提供多元化的商品，讓客人們能夠自行挑選自己喜歡的商品。

3.附近的商家或是客人叫貨，可以提供送貨服務而且行動效率很快的把貨物送到客人手中。

4.有提供客人預約的服務，讓客人可以在商品上找不到需要的商品，提供叫貨系統，不過是需要預約的。

(二)、劣勢（Weakness）

該企業面臨的劣勢：

1.人工不足(生產員工及送貨員工)。

2.由於屬於小型企業，因此沒有較具規模的管理系統。

3.因爲上游的市場壟斷，幾乎所有市場被上游搶走。由於成本較高，因此無法滿足喜歡低價買賣的客戶。

4.因爲價格被上游限制，所以價格被綁死，無法依照消費者，喜歡殺價 的方式。

(三)、機會（Opportunity）

該企業可能有的機會：

1.機器可以自動化，盡量減少人工。

2.降低人工上的成本，長期下來可節省更多的工資。

3.可考慮向其他方面發長，因爲被上游限制太多。

4.應該簽定合約，讓上游可以放寬價格上的限制。

(四)、威脅（Threat）

該企業面臨的威脅：

1.上游的壓力導致，價格被提高，成本增加，客戶都被上游搶走。

2.市場中的競爭者太多。

3.政府的政策，導致瘦肉精和狂牛症的防治管理。

三、SWOT 分析表

表 3-2-1　SWOT 分析表

	Help 對達成目標有幫助的	Harmful 對達成目標有害的
Internal 內部(組織)	Strengths:優勢	Weaknesses:劣勢
	1.市場中的老字號，已在員林地區打響了名　　聲。 2.在市場能夠提供多元化的商品，讓客人們能夠自行挑選自己喜歡的商品。 3.附近的商家或是客人叫貨，可以提供送貨服務而且行動效率很快的把貨物送到客人手中。 4.有提供客人預約的服務，讓客人可以在商品上找不到需要的商品，提供叫貨系統，不過是需要預約的。	1.人工不足(生產員工及送貨員工)。 2.由於屬於小型企業，因此沒有較具規模的管理系統。 3.哪些是公司做不到的? 因爲上游的往下壓力，導致市場被壟斷幾乎所有市場被上游搶走。 4.由於成本較高，因此無法滿足喜歡低價買賣的客戶? 因爲價格被上游限制，所以價格被綁死死無法依照消費者，喜歡殺價的方式。
External 外部(環境)	Opportunities:機會	Threats:威脅
	1.降低人工上的成本，長期下來可節省更多的工資。 2.可考慮向其他方面發長，因爲被上游限制太多。 3.因該擬定合約，讓上游可以放寬價格上的條件。	1.上游的壓力導致，價格被提高成本增加，客戶都被上游搶走。 2.市場中的競爭者太多。 3.政府的政策，導致瘦肉精和狂牛症的防治管理。

四、SWOT 分析之後

在 SWOT 分析之後我們可以採用 USED 技巧來找出可解決的方案，而 USED 是下列四個方向的重點縮寫，如用中文的四個關鍵字，是「用、停、成、禦」USED 分別是：

(一)"U"如何善"用"每個優勢？ (How can we Use each Strength？)

因繼續在市場，發傳單讓自己的地點更加多人知道，市場的提供多元化商品因更加彈性化讓顧客享受更好的服務，因增加人手可以讓作業更加迅速。

(二)"S"如何善"停"每個劣勢？ (How can we Stop each Weakness？)

而劣勢這方面，因公司成本問題可以請人事部看能不能多調派人員來協助流程，並增加使用訂單世家與庫存世家，希望能做到有效的管理系統，應跟上游協調看能不能放寬來自上游的壓力，因爲價格方面被上游限制，導致沒辦法讓顧客殺價。

(三)"E"如何善"成"每個機會？ (How can we Exploit each Opportunity？)

如何成就每個機會，頂好商號都是以加工爲基礎，新人無需經驗簡單教學即可上手，可與大專院校和各人才網站等建立合作機會，讓學生或是工人能夠提前在廠內熟悉環境，並在畢業後直接上工。

(四)"D"如何善"禦"每個威脅？ (How can we Defend against each Threat？)

雖然頂好商號在進貨成本有很大的資金控管威脅在，在此看能不能跟上游談條件放關給下游的限制，以減少不必要的倉儲成本，以利公司營運上的資金控管。

五、USED 改善方法

運用 USED 並進行改善與找出解決方法如下表。

表 3-2-2　USED 改善方法

	U 善用	S 停止
E 成就	1.員工福利： 增加員工的全勤績效等獎金及定期舉辦員工聚餐，以減少員工的流動率。 2.人才培養： 讓學生來工廠實習，一方面能吸取工作經驗，而工廠也可以培養學生畢業即成爲公司的新員工。	1.訂單處理： 透過學生以及人才網站解決人才不足及消化負荷不良訂單，才能形成雙贏局面。
D 抵禦	1.宣傳不足： 能夠使用本專題設計的 DM 與位置圖，尋找店家時候可以更快速不用等待的找到。 2.合約問題： 應跟上游詢問能否放寬對於下游的限制問題。	1.程式使用： 應立刻使用訂單世家與庫存世家解決管理系統上面的不足。

六、建議與改善

1.人工不足

希望改善後可以解決成本上的問題，並能藉由我們的改善解決人工不足問題。

2.由於屬於小型企業，因此沒有較具規模的管理系統。

我們這次爲了企業的管理規劃，在倉庫以及訂單上皆引入使用程式，可以讓流程上更順暢。

3.因爲上游的定價壓力，導致市場被壟斷，幾乎所有市場被上游搶走。這部分可能就要跟上游商量看看能否放寬定價壓力。

4.由於成本較高，因此無法滿足喜歡低價買賣的客戶? 因爲價格被上游限制，所以價格被綁死，無法依照消費者所喜歡殺價的方式。

這部分可能就要跟上游商量看看能否放寬定價壓力,藉此讓下游可以挑選的條件更多。

5.由獲利方面要看個案公司，評估看看有沒有需要導入軟體，因爲這有人事上的不便存在，看有沒有需要增加軟體以及是不是該多請人來協助。

第四章　市場實體行銷

第一節 商品標誌與價格

以前新聞報導曾播出「瘦肉精」，使民眾對於肉品的品質產生存疑，且傳統市場都未有清楚的商品標誌與價格，使顧客在購買上有許多的疑慮，加上傳統市場的顧客們大都會貨比三家，所以我們想到做個價目表，有產品的價格及標誌產品的來源，這樣可以讓顧客們更方便比較價錢是否公道，從價目表也可看出我們訂的價錢是否合理或跟同業比起來是否比較便宜，當每位來買肉品的顧客在選擇肉品時，就不需要再向老闆詢問肉品的價格，在顧客多的時候，顧客等待的時間就變少了，可使顧客可以清楚了解老闆賣的肉品項目與價格(如表 4-1-1)，以減少顧客等待與詢問的時間，使顧客很清楚的了解他們所購買肉品的安全性，讓顧客有更多的空間去選擇。

頂好公司的價目表如下表 4-1-1：

表 4-1-1 價目表

頂好商號價格表(肉品都來自美國/澳洲/紐西蘭)													
牛肉(斤)													
部位	後腱	前腱	花腱	腱心	邊腱	條肉	黃瓜條	和尚頭	牛筋	牛肚	牛骨		
價格	**130**	**140**	**140**	**160**	**150**	**150/180**	**140**	**140**	**180**	**180**	**140**		
豬肉(斤)							羊肉(斤)						
部位	三層肉	梅花肉					部位	壓羊	小羊捲	羊肋排			
價格	**120**	**120**					價格	**130**	**250**	**150**			

1-1 價目表實體化

下圖爲放置到實體店面的價目表

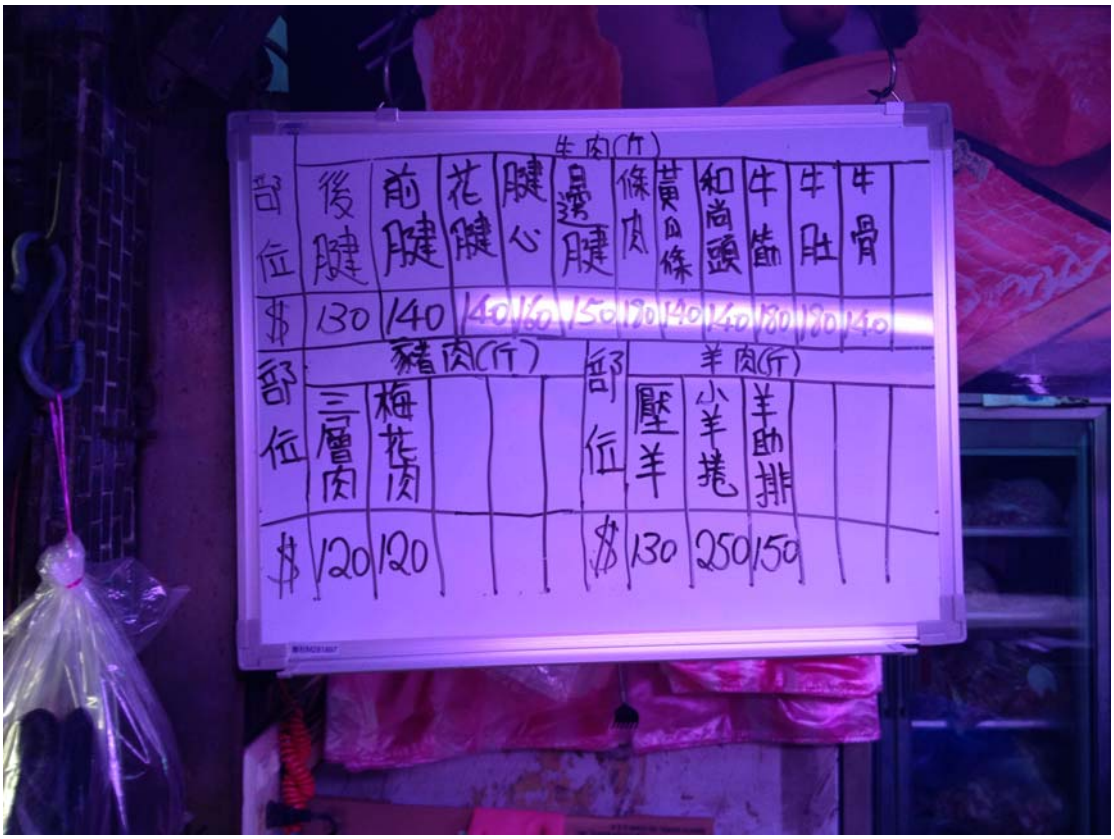


圖 4-1-1 實體價目圖

第二節 市場調查

我們採發放問卷的方式去了解我們有哪些需要改進的部分與了解顧客對於我們服務的品質和周邊的環境是否良好；也可以從問卷得知哪些肉品是比較暢銷和哪些肉品比較滯銷的，在這些部分我們可以去調整價錢和在進貨時可以調整肉品的數量，以減少滯銷上的損失成本或提高利潤。

問卷表下面是我們所做的問卷表(表 4-1-2)

表 4-2-1 問卷表

您好：

這是一份研究「傳統市場之頂好商號」的學術性問卷，所有資料僅供建國科技大學學術分析使用，絕不外流，且保個人隱私，請安心作答。謝謝您的合作！

指導老師：楊哲維
組員：洪振宏
陳柏全
陳正航
黃信全

一、基本資料

1.年齡

□ 二十歲以下 □二十一歲到三十歲 □三十一歲到四十歲 □四十一歲以上

2.職業

□家庭主婦 □上班族 □學生 □其他 _____

3.婚姻狀況

□已婚 □未婚

4.目前居住地

□北部 □中部 □南部

二、產品購買調查

1.請問您是否有到傳統市場購買肉品的經驗？

□是 □否

答「是」者請跳答至第三大題

2.請問您未在傳統市場購買的原因？(單選)

□產品標示不清楚 □環境整潔 □產品多雜不易選購 □其他 _____

三、 產品內容調查

1.請問您購買肉品需店家標示肉品合格認證？

□是　　□否

2.請問您最常購買的肉類？

□牛肉　　□豬肉　　□羊肉

3.請問您看完價目表，肉品價格能接受嗎？

□是　　□否

4.請問您在選購時會在意環境整潔嗎？

□是　　□否

5.請問您在選購時會在意攤販的服務態度嗎？

□是　　□否

四、滿意度調查

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1)對我們肉品的品質----------	□	□	□	□	□
2)對我們的價格----------	□	□	□	□	□
3)對我們的服務----------	□	□	□	□	□
4)對我們的環境----------	□	□	□	□	□
5)對我們整體的滿意度----------	□	□	□	□	□

本問卷到此結束，謝謝您的合作！

以上面這個調查表來進行問卷

2-1 統計分析:

本調查共發出 120 份、回收 105 份、有效問卷 100 份、回收率 87.5%

收回後的問卷由組員共同攜手分工合作，完成統計分析。

2-2 信度分析:

信度係指衡量工具的正確性與精確性，以衡量問卷測試結果的穩定性與一致信。本研究以檢驗內在一致的 Cronbach Alpha 係數作爲信度分析的方法，一般而言，Cronbach's Alpha 值大於 0.7 爲高信度，小於 0.35 則爲低信度。本研究問卷之信度如下表:

表4-2-2 信度分析Cronbach Alpha值－SPSS輸出結果

可靠性統計量

Cronbach's Alpha 值	項目的個數
.847	16

由上表可以看到，問卷題目之Cronbach's Alpha值在於0.847，大於0.7，爲高信度，顯示本研究之問卷內在一致性信度良好。

2-3 第一部分:基本資料

1.年齡

本次受訪者年齡層主要分布在於四十一歲以上，約占全體的 5 成以上。

表 4-2-3 年齡統計表

	二十歲以下	二十一歲到三十歲	三十一歲到四十歲	四十一歲以上	總和
人數	6	19	21	54	100
百分比	6%	19%	21%	54%	100%

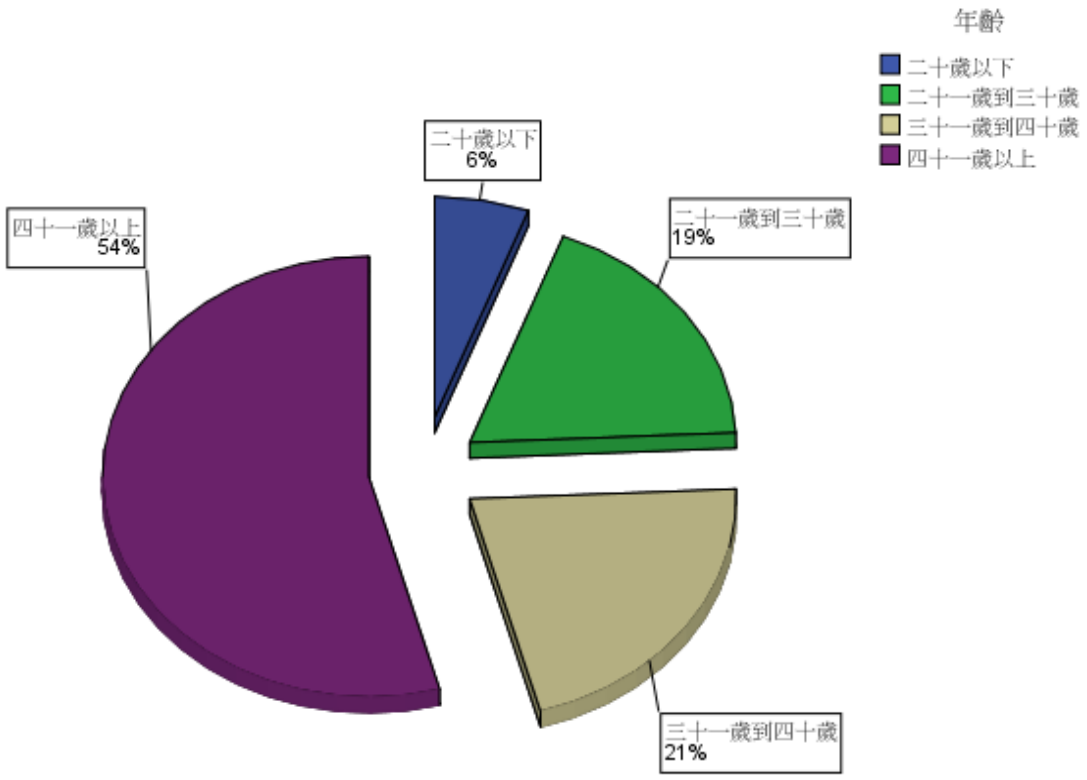


圖4-2-1 年齡圓餅圖

2.職業

受訪者大多是家庭主婦占 45%和 37%的上班族。

表 4-2-4 職業統計表

	家庭主婦	上班族	學生	其他	總值
人數	45	37	18	0	100
百分比	45%	37%	18%	0%	100%

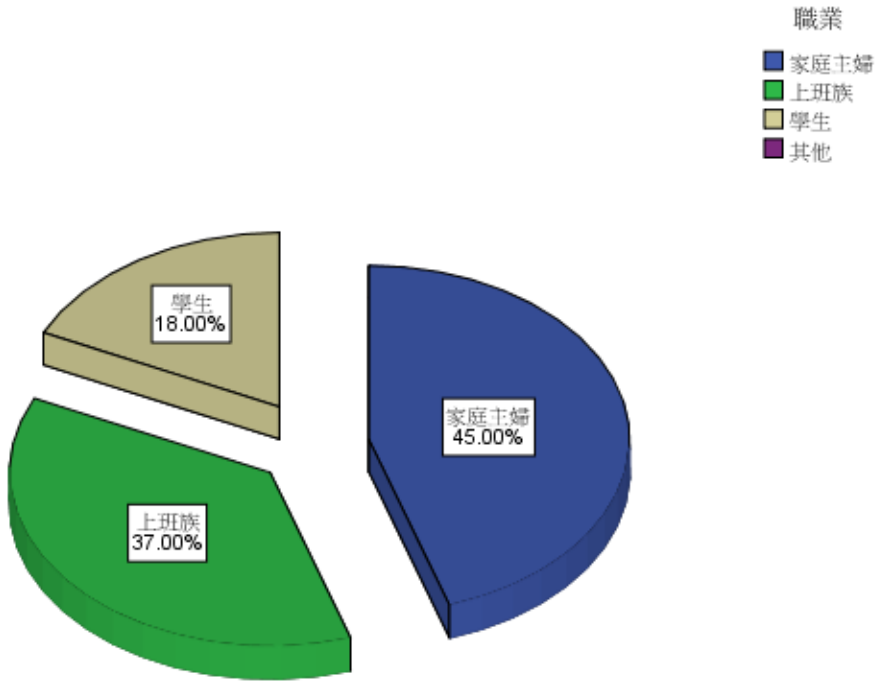


圖4-2-2 職業圓餅圖

3.婚姻狀況

受訪者將近 7 成都是已婚婦女。

表 4-2-5 婚姻統計表

	未婚	已婚
人數	31	69
百分比	31%	69%

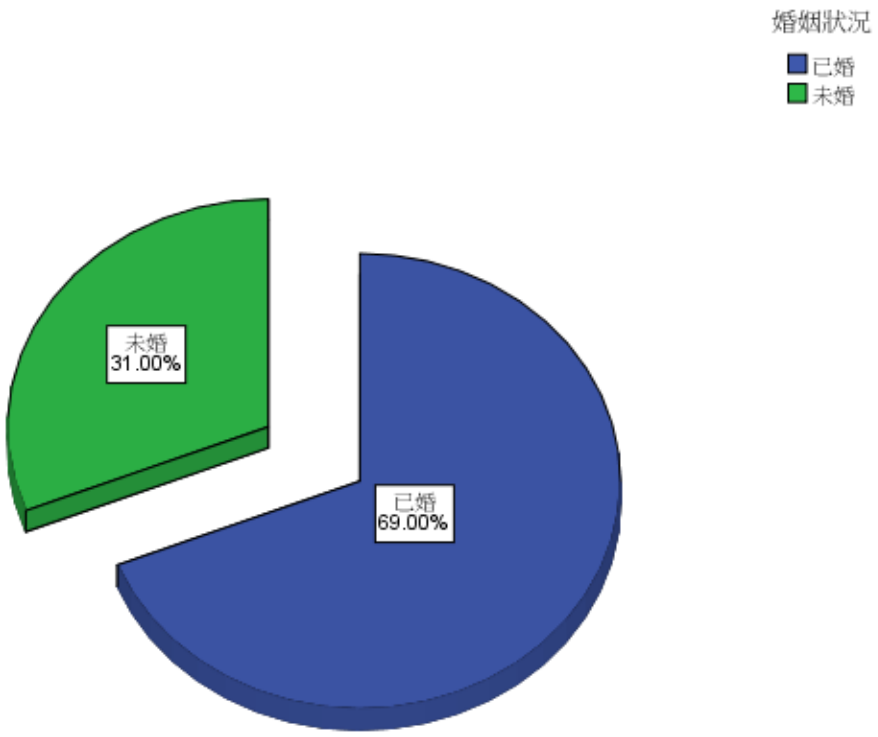


圖4-2-3婚姻圓餅圖

4.居住地

將近9成的受訪者都住在中部，也有少部分是由北部南部過來的。

表4-2-6 居住地統計表

	北部	中部	南部
人數	8	88	4
百分比	8%	88%	4%

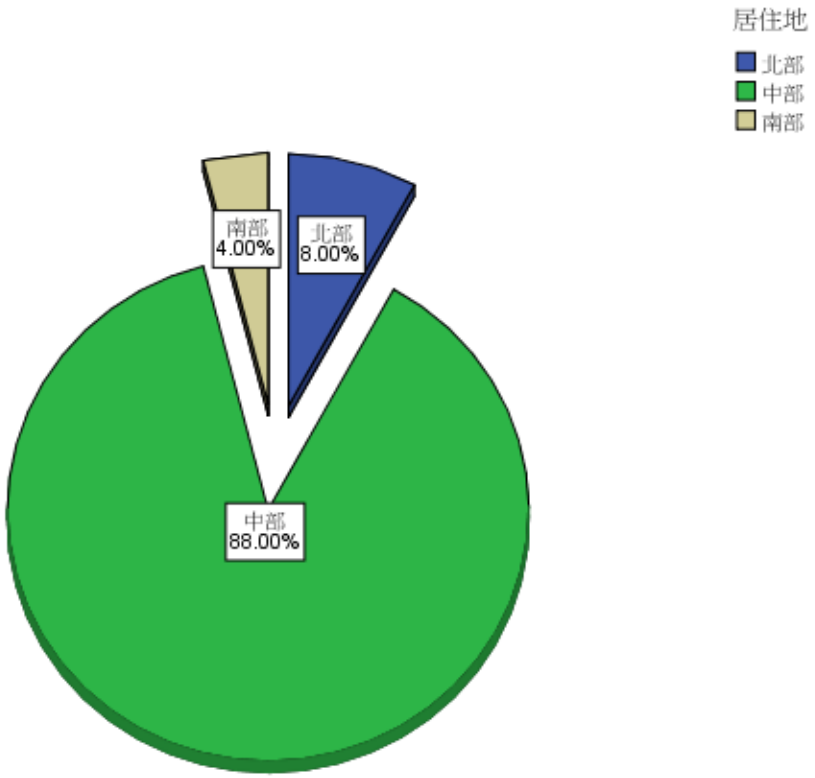


圖4-2-4 居住地圓餅圖

2-3 第二部分 產品購買調查

1.您是否有到傳統市場購買肉品的經驗？

受訪者中有到過傳統市場買過肉品的經驗占 83%，從未到過傳統市場購買肉品的經驗占 17%，超過 8 成的受訪者有在傳統市場購買過肉品的經驗。

表 4-2-7 各年齡是否到傳統市場購買肉品的經驗分配表

年齡	二十歲以下	二十一歲到三十歲	三十一歲到四十歲	四十一歲以上
是	2	12	17	52
否	4	7	4	2
總和	6	19	21	54

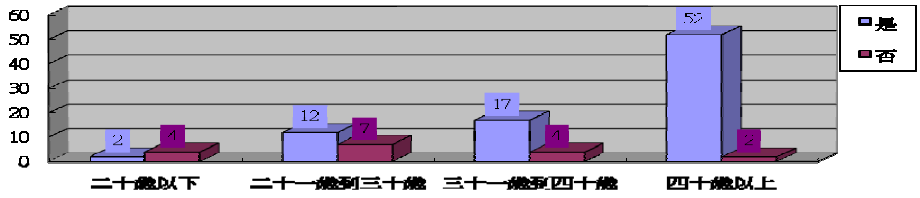


圖4-2-5 各年齡是否到傳統市場購買肉品的經驗分配圖

2.您沒有在傳統市場購買肉品的原因?

由此統計可見，沒有在傳統市場購買肉品的原因，大多都是因爲產品多雜不易選購和產品標示不清楚，這些都是傳統市場需要改進的地方。

表4-2-8 未購買原因統計表

	產品標示不清楚	環境整潔	產品多雜不易選購	其他	總和
人數	5	3	8	1	17
百分比	29.4%	17.6%	47%	6%	100%

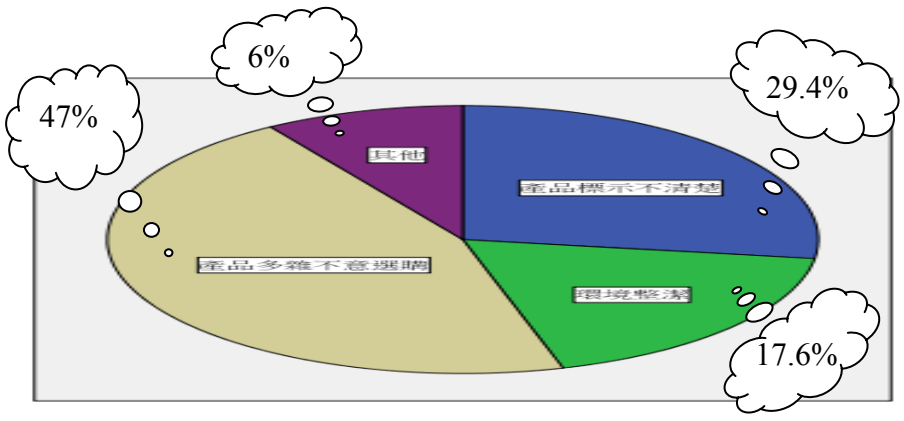


圖4-2-6 未購買原因圓餅圖

2-4第三部分 產品內容調查

1.產品內容調查

本調查的受訪者對於肉品有無合格認證相對重要，反而在於攤販的服務態度卻沒有特別的要求。

表4-2-9 產品內容調查表

	是	否	總和
您購買肉品需要店家標示肉品合格認證?	74	26	100
	74%	26%	100%
您看完價目表，肉品價格能接受嗎?	92	8	100
	92%	8%	100%
您在選購時會在意環境整潔嗎?	83	17	100
	83%	17%	100%
您在選購時會在意攤販的服務態度嗎?	96	4	100
	96%	4%	100%

	牛肉	豬肉	羊肉	總和
您最常購買的肉類?	43	51	6	100
	43%	51%	6%	100%

2.滿意度調查

本調查的受訪者對於我們的肉品品質比較滿意。

表4-2-10 滿意度調查表

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	總和
對我們肉品的品質	4	12	84	0	0	100
	4%	12%	84%	0%	0%	100%
對我們的價格	0	8	92	0	0	100
	0%	8%	92%	0%	0%	100%
對我們的服務	2	4	94	0	0	100
	2%	4%	94%	0%	0%	100%
對我們的環境	2	6	92	0	0	100
	2%	6%	92%	0%	0%	100%

3.對我們整體的滿意度

本調查的受訪者對我們整體上的表現認爲普通。

表4-2-11 整體滿意度表

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	總和
人數	4	6	90	0	0	100
百分比	4%	6%	90%	0%	0%	100%

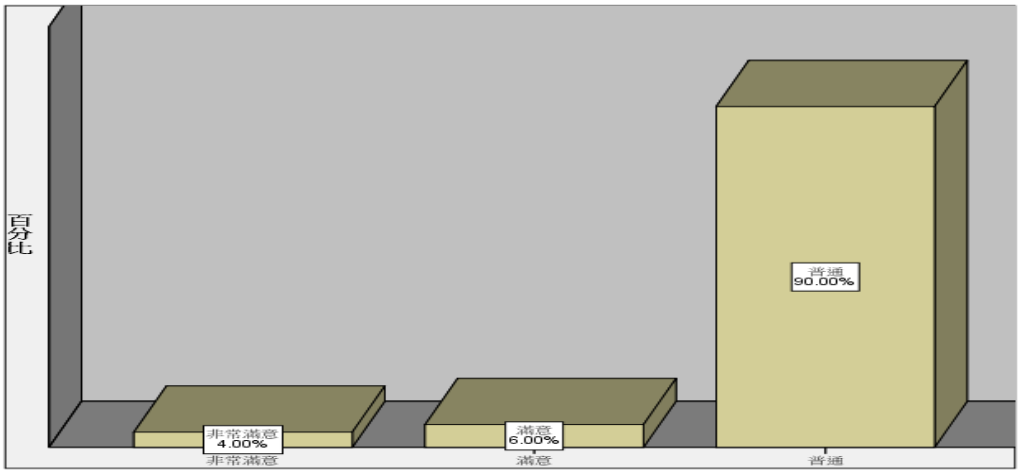


圖4-2-7 整體滿意度長條圖

2-5.總結

1.從100份問卷當中我們可以清楚的看見有超過8成的受訪者，有到過傳統市場買過肉品的經驗，這代表著傳統市場的消費能力還是很大，還是很有潛力的。

2.問卷調查大多受訪者爲40歲以上的族群，家庭主婦居多，次多爲上班族，統計資料分析下顯示大多數的家庭主婦以及年輕熟女，都有去過傳統場買過肉品，而在學生族群裡面也是有去過傳統市場買過肉品。

3.從統計分析下可見，沒去過傳統市場買過肉品的受訪者，較多是因爲產品總類太多和產品標示不清楚，因此傳統市場應著重於這部分，可是沒到過傳統市場買東西的消費者提高購買意願。

4.在此問卷我們也看到顧客對於該公司肉品的品質和服務上都有良好的印象，這也讓該公司繼續的堅持肉品的品質和服務。

2-6.改善&建議

1.商品品質嚴格把關

商品品質嚴格把關，才能減少消費者的抱怨。

2.環境清潔的加強

有好的環境才有顧客上門，做好環境清潔就可以增加客源。

3.增加促銷活動

消費者會因爲促銷活動而增加其購買率

(1)滿額免運費

(2)當月熱門肉品打折優惠

第三節 行銷方案

一.DM 發送

在目前傳統市場上競爭對手很多，例如:生鮮超市、量販店…..等這些競爭對手每月都會以 DM 方式進行宣傳，然而在傳統市場卻還是以以前的方式等待客人上門，我們想以 DM 的方式增加顧客上門的機會，加上我們可以在 DM 上面說明這個月的肉品哪個種類賣的比較好，或者可以標示上特

價物品，發送 DM 爲郵寄方式，而 DM 發送的目標爲以電話訂購的客戶來發送讓他們知道有哪些肉品可以做選擇，而不會因爲想換種類卻不知道有什麼種類而增加詢問的時間。

二.廣告傳單

在傳統市場裡面競爭者也很多，爲了要提升客源我們在市場的入口發放傳單，這樣可以讓人更快的知道我們，而來選購肉品，我們在傳單上面寫上了攤販的位子和賣最好的肉品，以便客人輕鬆找到我們的位置還有方便他們選購肉品。

下圖是我們所做的 DM 和傳單:

價格有效日期:2013/5/27-2013/6/2　頂好商號 DM　　單位:斤

牛　肉



前　腱/140 元



花　腱/140 元



腱　心/160 元



邊　腱/150 元



條　肉/150 元

/180 元



黃 瓜 條/140 元

圖 4-2-8 DM 圖-1



牛　骨/140 元



板　腱/160 元



公牛莎朗/180 元



牛　肚/180



牛　筋/180 元

圖 4-2-9 DM 圖-2

豬　肉



三 層 肉/120 元



梅 花 肉/120 元

圖 4-2-10 DM 圖-3

羊　肉



壓　羊/130 元



小 羊 捲/250 元



羊 肋 排/150 元

圖 4-2-11 DM 圖-4

廣告傳單



圖 4-2-12 傳單圖

第五章　訂單管理

第一節　軟體功能簡介──鉅盛資訊庫存、訂單世家

一、功能簡介

1・提供客戶及產品資料管理

2・提供庫存、訂單及銷貨

3・提供訂單、銷貨業績統計及各式報表

4・可以整合傳真，e-mail，Office 及影像圖形

5・全系列軟體均可以整合連線

6・完全支援 windows 作業系統

二、基本功能

1.客戶與廠商管理

（1）可建立多筆送貨地址、發票地址、聯絡資料、帳款與票據額度及多種付款方式或條件。

（2）可隨時掌握客戶交易歷史，含交易日期、單號、負責業務及交易金額並可直接查詢該筆單價紀錄。

2.產品資料管理

（1）多角度產品查詢，可依產品編號、型錄編號、產品大類、條碼編號、產品來源、業務別、供應廠商及建檔日期作快速查詢。

（2）可做產品雙單位之記載與換算。可同時掌握單一產品不同之供應廠商的訂購成本及不同客戶別之報價歷史狀況。

（3）產品資料中，可處理中英文規格描敘，並可透過檢索功能快速查詢。

三、 庫存、訂單資料管理

（1）可同時選入多筆產品資料快速作成銷貨單、訂單。

（2）可從不同交易單據拷貝全部或部份產品，快速完成庫存、訂單作業。

（3）於庫存、訂單中可直接新增客戶及產品資料，並可同時查詢客戶

產品之售價交易歷史。

（4）庫存、訂單作業，可自動計算訂單及銷貨統計分析。

四、銷貨單狀況

（1）可以掌控銷貨狀況，並隨時查詢銷貨單的明細。

（2）可依業務別、組別及部門作期間、二年業績統計及三年業績比較。

（3）並可設定、產品別、產品大類別、業務別、組別及部門別之業績目標。

五、訂單追蹤及分批出貨

（1）可依預計出貨日，掌控訂單出貨狀況，並隨時查詢訂單已出貨及 未出貨的明細。

（2）訂單作業中，可處理各單項產品分批出貨及取消出貨等管理及追蹤。

（3）可依業務別、組別及部門作期間、二年業績統計及三年業績比較。

（4）並可依業務別、組別及部門別之業績目標。

六、系統頁面

庫存、訂單世家提供客戶及產品資料管理、統計及各式報表輸出等功能系統。功能包括員工基本資料、現有客戶資料、產品基本資料、銷貨統計、訂單業績統計、業務業績統計系統等。

1.員工基本資料：員工的基本資料紀錄即是讓你管理公司的人事資料，當你建立了完整的資料後，往後使用此系統時，設定權限的使用者、單據上負責員工的姓名及負責業務之業績統計，系統便能自行讀取資料，以便爲你做分析管理。

2.現有客戶資料：「現有客戶」，主要是指那些已成交、已開發成功的客戶資料，對於現有客戶的子系統中共有基本資料、詳細資料、聯絡資料、送貨地點、發票地址、付款方式、經營產品、客戶產品、交易歷史、自訂欄位及備註等。爲確保資料的完整性，在建立資料時，應依次進入各個頁面輸入相應資料。

3.產品基本資料：產品資料的子系統中共有基本資料、規格描述、出貨單位、共應廠商、管理庫存、自訂欄位及備註等。

4.銷貨統計：當輸入完銷貨單後，若欲查詢負責業務之銷貨統計分析時，必須逐筆將銷貨覆核過，才可看到銷貨單的統計。

5.業務業績統計：主要有業務業績統計，可設定銷貨目標，並可知道真實銷貨情形與銷貨目標作對比較。

6.訂單業績統計：當輸入完訂單後，若欲查詢負責業務之訂單業績統計分析時，必須逐筆將訂單審核過，才能看到訂單業績的統計。

第二節　軟體功能簡介—鉅盛資訊訂單世家

一、畫面簡介

(一) 訂單世家的主畫面如圖 5-2-1 所示，可建立員工、廠商、客戶、產品等 基本資料、可以根據建好的資料作客戶訂單作業跟統計，根據統計資料再作出訂單利潤分析及業務訂單排名等圖表



圖 5-2-1 訂單世家主畫面

（二）由系統設定、潛在客戶、現有客戶、廠商資料、產品資料、員工資料所組成的基本資料再跟其他相關系統業務世家、報價世家、訂單世家、會計世家、庫存世家等..以進行串聯相關作業期流程圖如圖 5-2-2 所示



圖 5-2-2 訂單世家流程圖

用此軟體可以先從基本資料開始著手，由最一開始的系統設定→輸入完公司中英文名稱→選擇業務別→設定密碼、使用權限→建立基本客戶資料、產品資料→進行訂單作業→根據訂單作業交易歷史紀錄做預估→將暢銷肉類多做準備→把握週期性顧客，已達到軟體輔助的效果。

（三）訂單世家的系統設定裡面的公司設定，可建立公司中英文名稱、電話、傳真等多家公司資料如圖 5-2-3 所示。



圖 5-2-3　可建立多家公司資料

可以在公司名稱(中)的欄位上打上商號的中文公司名稱(英)打上英文名稱、電話、傳真、行業別的欄位可以先選內建的行業如果沒有也可以自行輸入。

（四）可以設定使用者的權限、密碼，依不同管理層級進行操作權限設定，如下圖 5-2-4 所示。



圖 5-2-4 使用者權限資料

在使用者的權限上會依據使用者等級，執行的權限也會有所限制，也可以設定密碼來保護已建立的資料。

（五）如圖 5-2-5 客戶資料可客戶的成立資料、有住址、電話 、聯絡人以及送貨住址等功能及訂單系統資料查詢。



圖 5-2-5 客戶資料

在這裡可以顯示出客戶的名稱、住址、電話、傳真、E-mail 以及負責這個客戶的業務員。

（六）建立產品資料、提供多方描述、及幣別價格建立和交易歷史的查詢如圖 5-2-6 所示。

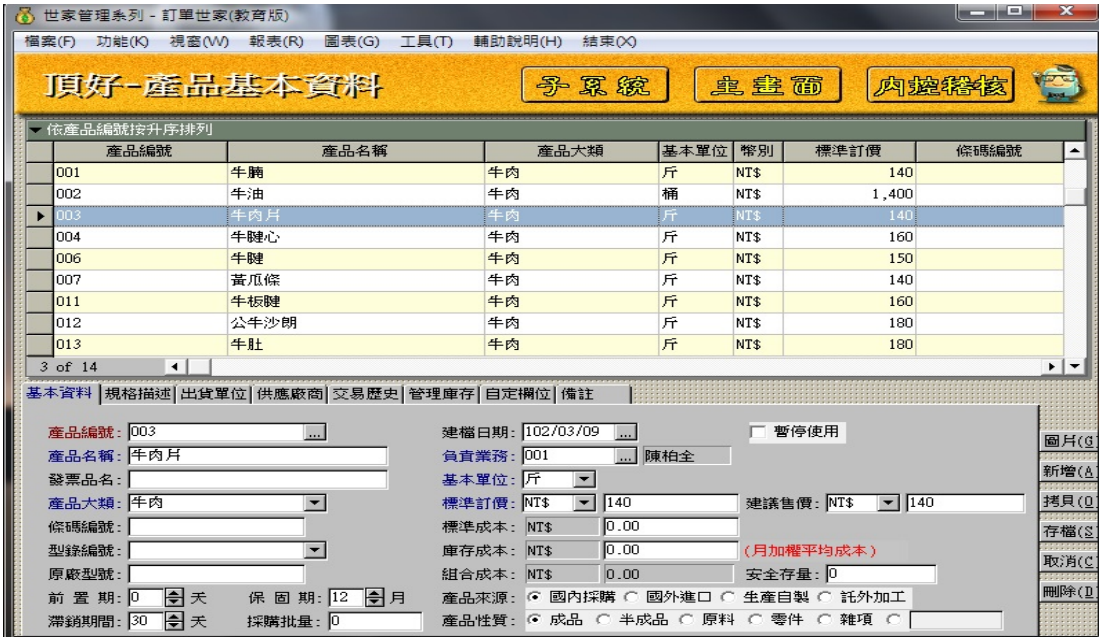


圖 5-2-6 產品基本資料

爲頂好商號的產品資料有產品的名稱、類別，此產品的單位定價及建議售價都可以在此修改以便往後下訂單時可以根據市場作調價，產品的來源跟性質也可以在這裡一目瞭然。

（七）圖 5-2-7 所示客戶訂單上面的產品資料及出貨方式以及預計出貨日。



圖 5-2-7 客戶訂單

訂單作業上有著客戶的名稱、訂單日期以及客戶對商號所採購的產品、數量、小記、總計，以便對訂單進行管理。

（八）訂單成交金額所做成的圖表，可進行訂單金額排名、了解重要客戶。

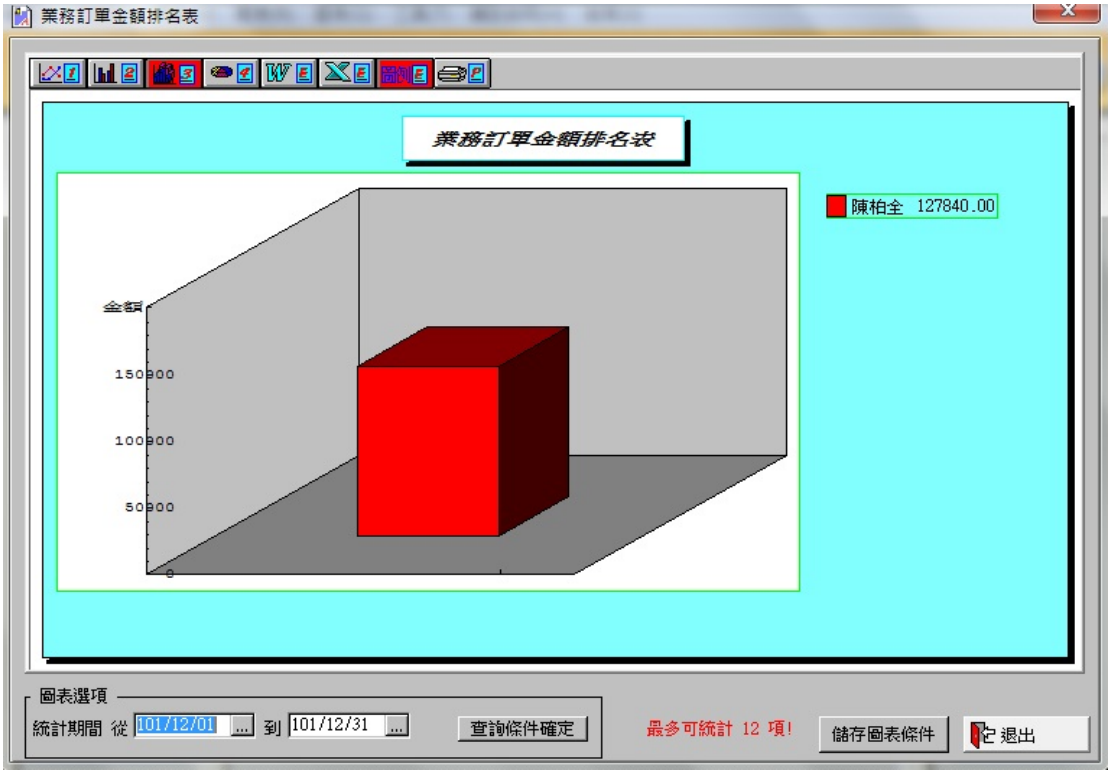


圖 5-2-8 訂單金額排名

可以設定一個期間來進行業務上成交金額高低來進行排名，圖 5-2-8 是以一個月作示範，範圍可以是三個月、半年、一年、兩年、三年..等。

第三節　頂好商號導入訂單世家的剖析

現在各行各業都擺脫不了建檔的習慣，若根據這套簡單的軟體 可以迅速地掌握想要的訊息、也減少了查詢時間，更大大節省客戶的時間，也能設定出貨時間、不同的送貨住址達到客製化的效果。

全台的企業管理也可以使用訂單世家的功能來調整整個營運的管理、只要把正確的資料建立好、就可以快速的查詢、客戶資料、基本產品資料、訂單資訊、出貨狀況等資料，以後也可以整合其他資料庫來進行擴大其使用功能。

一、依據頂好商號過去一年的交易紀錄・透過鉅盛資訊公司的訂單世家軟體我們可以協助頂好商號進行下列的統計分析：

(一)統計去年何種肉品銷售較暢銷的

1.牛肚的交易歷史是 70 筆資料



圖 5-3-1 牛肚交易歷史紀錄包刮幣別、定價、數量、交易日期

牛肚是統計全產品三樣成交訂單數最高的其中一種可以依此依據以便進貨時多做準備。

2.牛肉片的交易歷史資料有 75 筆



圖 5-3-2 牛肉片交易歷史紀錄包刮幣別、定價、數量、交易日期

牛肉片是統計全產品三樣成交訂單數最高的一種可以依此依據來做爲頂好商號的重要產品。

3.牛腱交易歷史是 68 筆資料



圖 5-3-3 牛腱交易歷史紀錄包刮幣別、定價、數量、交易日期

跟牛肚一樣做爲頂好商號三種暢銷肉品的第三種也是在下次進貨時可以多加參考的數據。

所以可知牛肉片的訂購數爲最大筆

(二)配合季節性的肉類需求分析

在某些重要的節日或季節，會直接聯想到冬天的羊肉爐 中秋的烤肉等等..，亦可由此軟體協助後提供訂單資訊已提前備料。

1. 11/8~12/18 羊肉片的交易歷史紀錄包含了公斤數量



圖 5-3-4　11/8~12/18 羊肉片的交易歷史紀錄

2. 10/03~11/06 羊肉片的交易歷史紀錄包含了公斤數量



圖 5-3-5　10/03~11/06 羊肉片的交易歷史紀錄

3. 09/06~09/26 羊肉片的交易歷史紀錄包含了公斤數量

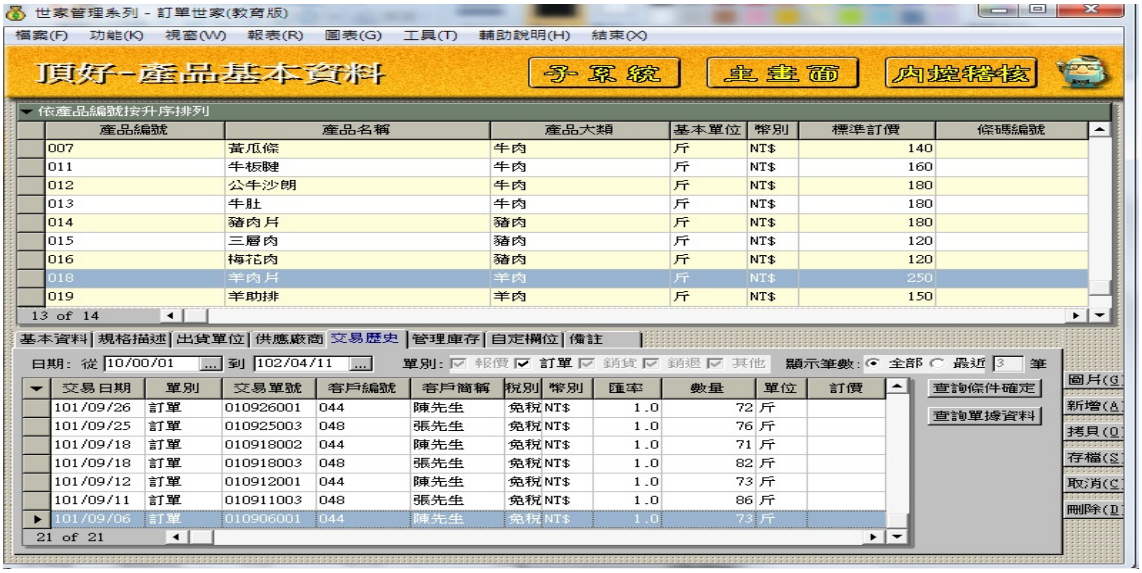


圖 5-3-6　09/06~09/26 羊肉片的交易歷史紀錄

5-3-4~5-3-6 羊肉片所成交的日期分別是從 9 月/6 號~12 月/18 號的交易歷史紀錄可以拿來當作下季時在對羊肉片可以多進貨，搶 9 月份到 12 月份的商機在這段期間內做爲頂好商號的重要銷售產品。

4. 梅花肉的交易歷史一共 10 筆主要偏向九月份包含了公斤數量



圖 5-3-7　梅花肉的交易歷史

三層肉的交易歷史一共 9 筆主要也是在九月份包含了公斤數量



圖 5-3-8　三層肉的交易歷史

九月份中秋節烤肉，肉的種類及數量可以根據圖 5-3-7~圖 5-3-8 上所紀載的下去作提前的作業以及備料。

(三)本軟體亦可統計的客戶或客戶週期性如

2 月份的固定客戶張小姐包含了交易日期及消費金額



圖 5-3-9　固定客戶張小姐

3 月份固定客戶黃小姐包含了交易日期及消費金額



圖 5-3-10　固定客戶黃小姐

5 月份的固定客戶陳小姐包含了交易日期及消費金額



圖 5-3-11　固定客戶陳小姐

圖 5-3-9~圖 5-3-11 三位爲本商號的週期性客戶，由於交易歷史上他們都固定月份來下訂單，因此在下季時到了週期性月份如果沒對商號下訂單就可以以電話打過去詢問原因。也可以提前詢問週期性客戶是否一樣往常的訂單或者增加減少。

第四節　結論

由於頂好商號還未有自己的一套訂單管理系統，因此每次客戶、產品及訂單必須經由人工登記，相當費時、費力又容易出錯而訂單世家專門爲訂單的建立，進而管理、預估 可以根據交易歷史紀錄來因應每個月、每個季節、市場的需求變化。

第六章 倉庫管理

企業或組織其所擁有的資源能力都是有限的，而成功的企業經營者，正是能夠將這些資源做妥善運用，有效的運用資源能力，就必須建立一套整體的策略規劃思考，尤其是面臨現今競爭激烈又全球不景氣的艱困環境中，如果無法衡量內外部局勢，掌握機會、減少威脅；整合企業內的有限資源能力，採行適當的策略作爲、才能發揮競爭優勢，其中存貨之控制，將是業者最需要解決的問題，因社會的變遷庫存管理要比從前來得複雜。準確存貨之關鍵在於把錯誤之引用極小化並同時將存在錯誤發現及修正極大化。當存貨紀錄正確時，例外情形也會跟著減少，鍵盤輸入次數也將會降到最低程度，錯誤率亦可大幅降低。

所謂的倉庫管理，也稱物料管理，或稱倉儲管理，它是屬於生產與作業管理這門學科的領域。進銷存業務，是指進貨、銷售、存貨等三項業務的統稱，基本上它是屬於倉庫管理的一部份。總的來說，倉庫管理、進銷存業務是指同樣的一項業務內容。生鮮肉品之倉儲，包含各種溫體肉品、冷藏肉品與肉加工品之貯藏、貯存、保鮮、抽檢與作業之管理，利用有效的營運管理方針確保肉品的品質與管理上的效率。生鮮肉品的倉儲，首重生鮮肉品的保存與保鮮，其目的在於延長新鮮肉類與其相關製品的效用期限並維持產品的肉品狀態，以避免提供給消費者變質或腐敗的肉品。

本組將其利用鉅盛科技庫存世家這套軟體進行研究，並找出適合頂好公司所使用的庫存管理系統，讓員工方便進行庫存查詢，可以提升存取作業的準確性、降低錯誤的產生，使頂好公司的庫存管理更加完整、方便。

第一節　倉庫管理

不久以前，有效的倉儲就只是進貨、儲存以及出貨而已；但在今日企業環境中，電子商務、供應鏈整合、全球化、及時生產概念的盛行，倉儲已經變得比以前還要複雜，也耗費更多的成本像雅芳、福特、全錄、真實價值硬體公司等知名企業，介紹這些最具物流創意的組織是如何解決它們在倉儲運作上所面臨的挑

戰，如進行:

1.倉儲作業剖析：確認物流及資訊流動中產生問題的根本原因，並找出流程中可能的改善機會。

2.倉儲績效衡量：各種衡量、監控指標，以及績效標竿與各式報表的建立。

3.品項存取系統的選擇：分析各工具在儲存密度及生產力上的提升效益，並與資本投資進行比較及取捨分析。

4.揀貨策略：增進訂單履行作業的生產力以及準確度。

5.倉庫管理系統：協助資料剖析、績效監控以及簡化流程之用。

第二節　導入軟體需求

二十一世紀爲新經濟時代揭開了序幕，也爲科技發展提供了自由揮灑的場域。而影響至爲深遠的關鍵是，無論任何一項產業或企業體，都應竭盡所能地運用工具來降低成本，提高生產力！人、資訊、軟體、網路，將會是新經濟的構成要素；其中，企業的組成分子是否能對資訊、軟體與網路建立正確的觀念，洞燭機先，則是在新經濟浪潮中領袖群倫的核心要件！

「一個軟體公司的價值，就是適時提供客戶做需要的資源系統。」迎接 e 世紀，我們相信「想像＋創意＋敏銳的觀察＝掌控未來」，從商用軟體到電子商務，技術整合行動概念，藉由專業顧問輔導及補助線上作業，讓客戶輕鬆擁有 e 世代的軟體服務，協助所有企業成功轉型爲 Internet 公司，並透過客戶間社群(Community)的結合，逐步建置電子商務市集(Marketplace)，期能在 e 時代電子商務的競爭環境中，屢創企業營運佳績。

企業資訊電腦化是提高企業競爭力的不二法門，可大幅降低管理成本，同時亦提高了企業對市場脈動的反應速度與能力。

一、標準化作業流程，最佳內控內稽決策系統

將各企業的商務分工透過系統處理，建立專業標準作業模式來傳承經驗，以降低人員異動所付出的成本。同時，運用嚴謹的流程管制，減少人爲疏失，降低營運風險。

二、技術不斷更新，讓企業享受科技的便利

資訊科技一日千里，不斷推出符合最新技術水準的產品，讓客戶充分享受科技服務企業體的便利，收尋更加快速、正確的資訊。

三、幫助企業達到開源節流的目標

從業務、報價、訂單、出貨、庫存、會計等流程，協助客戶一一建置，達到最佳內部管理，讓客戶可以創造高額業績、降低庫存成本減少呆帳發生，並能實際掌握支出及交易狀況，隨時調整銷售策略。

四、完整的產品線，滿足企業成長需求

配套是完整的產品線，能適切的滿足企業不同階段的成長需求，並結合各產業先進的經營理念，充分掌握市場情報，整合、擴增企業體的資料資源，達到延續伸展的理想。

第三節　軟體功能簡介──鉅盛資訊庫存世家

一、畫面簡介

1.進入庫存世家主畫面如圖 6-3-1 所示，主要有銷貨/進貨資料管理、應收/應付資料管理、庫存其他異動管理、業績資料統計分析等…。



圖 6-3-1 庫存世家主畫面

2.庫存世家各作業流程如圖 6-3-2 所示，可以建立客戶資料、產品資料、廠商資料、庫存開帳作業、銷進貨單等…。



圖 6-3-2 庫存世家作業流程圖

庫存世家作業流程圖如下:

系統設定(最重要公司行號建立→參數設定覆核完後即可開始)→資本資料(客戶、產品基本資料) →開帳(輸入該公司目前庫存量後即可開始銷貨資料) →庫存異動(包括銷貨作業、進貨作業、成本作業、庫存異動盤點作業) →帳款管理(應收、應付作業) →稽核(業績統計分析) →各式報表(統計該月、年分的統計資料)

3.最重要的是公司行號，首先要先建立該公司行號如圖 6-3-3 所示，該公司行號設定完最重要的就是參數設定，因爲參數設定要設定完才能進行基本資料的輸入，如圖 6-3-4 所示。

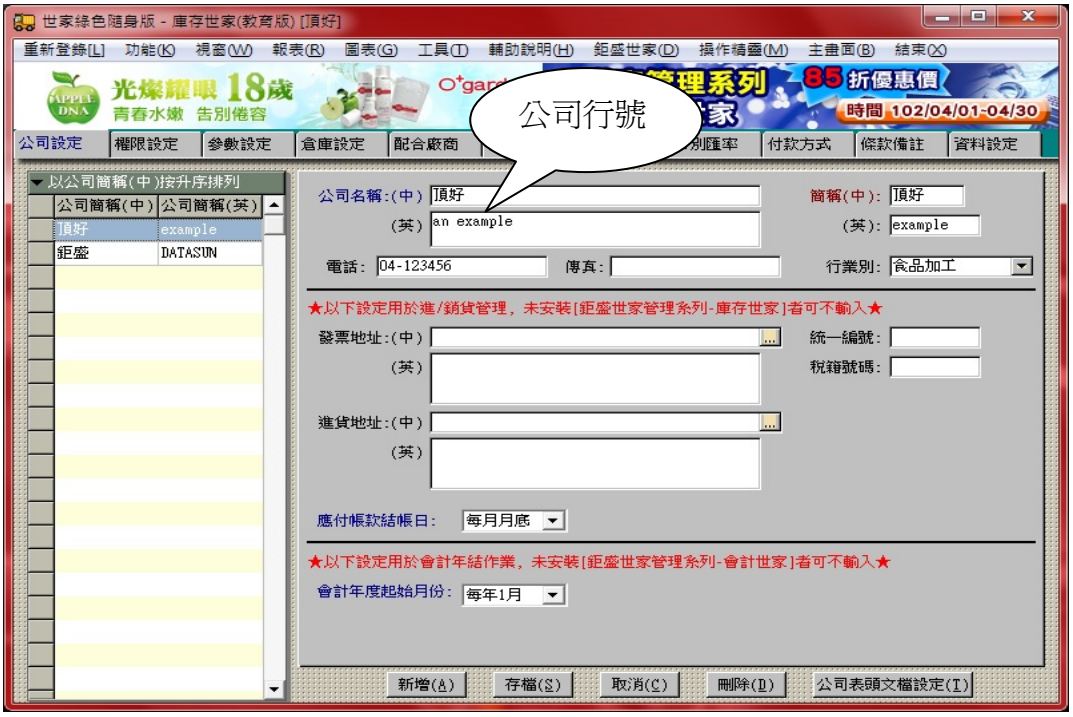


圖 6-3-3 可建立多家公司資料

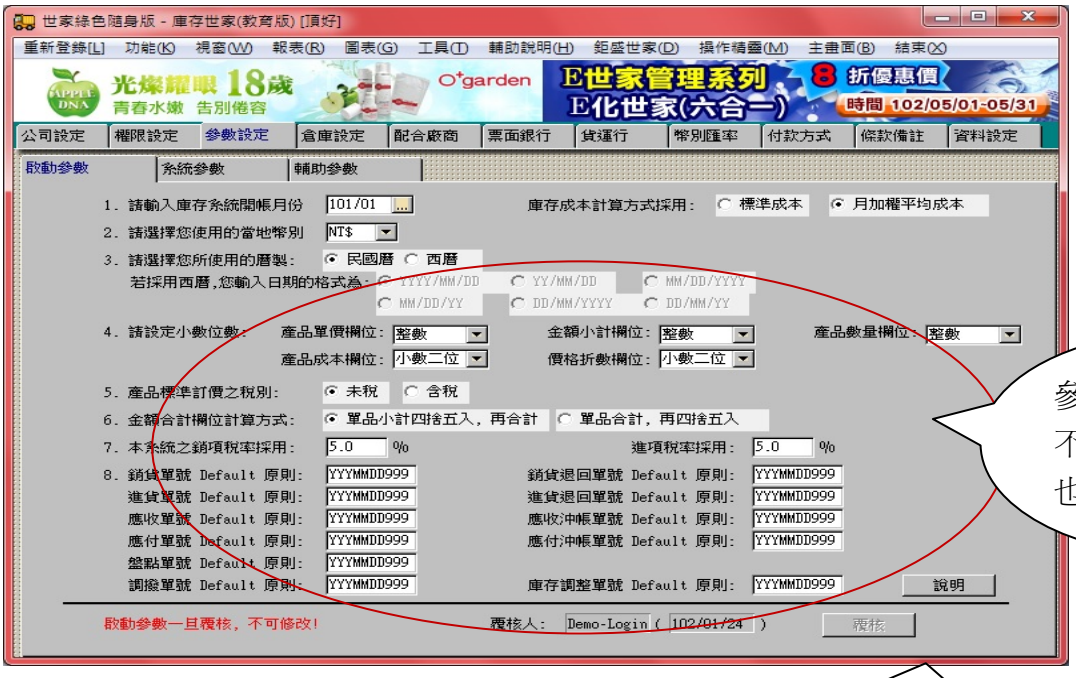


圖 6-3-4 參數設定

4.可以建立往來客戶資料、提供多地址、多電話及多聯絡人的建立、多個送貨地址及發票地址的建立、提供自訂欄位的功能即立即查詢交易歷史如圖 6-3-5 所示。



圖 6-3-5 客戶資料

5.我們選擇 101 該整年分的銷貨來看，讓頂好公司可以很容易的想要找出哪個顧客，可以很清楚的知道該客戶哪個時段購買了什麼產品，如圖 6-3-6 所示。

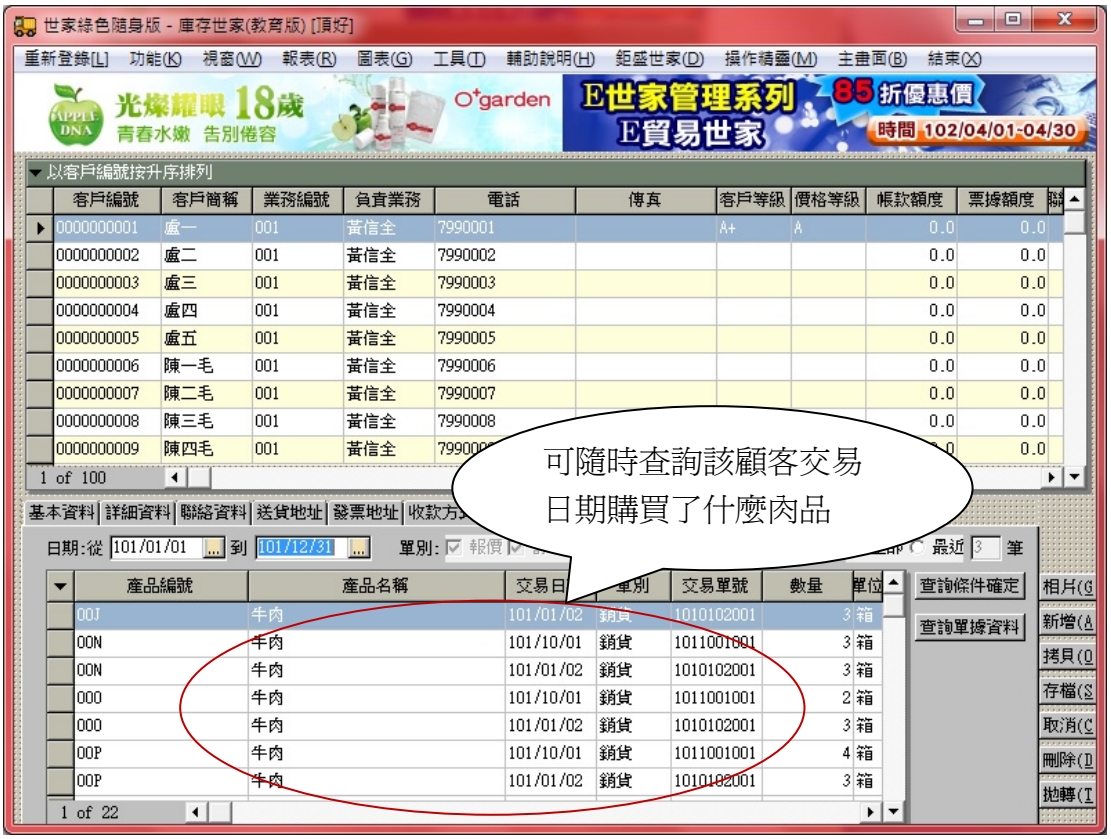


圖 6-3-6 客戶產品

6.我們選擇了 101 該整年的交易歷史，並可讓頂好公司很清楚的知道哪個客戶爲重要客戶，我貼了 2 張交易歷史的比較圖，上面的圖是該顧客每個月都會對頂好公司進行採買，下面的圖是 1 整年只對頂好公司採買了一次，因此我們知道上面的圖的該顧客爲重要顧客，如圖 6-3-7 所示。



圖 6-3-7 交易歷史

7.可建立買賣產品資料、提供多行描述、多單位及多幣別價格建立、建立圖形影像及立即交易歷史和庫存的查詢，如圖 6-3-8 所示。



圖 6-3-8 產品基本資料

8.有提供銷貨單輸入、可設定出貨倉庫、幣別、稅別、銷貨產品、收款及出貨方式、輸入完畢之後檢查並覆核，覆核完畢即可列印傳真，銷貨單就可以完整的列印出來，訂單完成後，看庫存是否有足夠的產品，並可以開始執行銷貨資料管理，可以掌控銷貨的狀況，並隨時查詢銷貨單的明細，如圖 6-3-9 所示。



圖 6-3-9 客戶銷貨

9.可以查詢該產品大類的現有庫存量，如圖 6-3-10 所示。



圖 6-3-10 現有庫存量

10.如頂好公司使用該軟體，並可設定該月或該年分的銷貨金額目標(銷貨金額目標我是設定每萬)，並可以與實際銷貨金額來進行比較，如圖 6-3-11 所示。

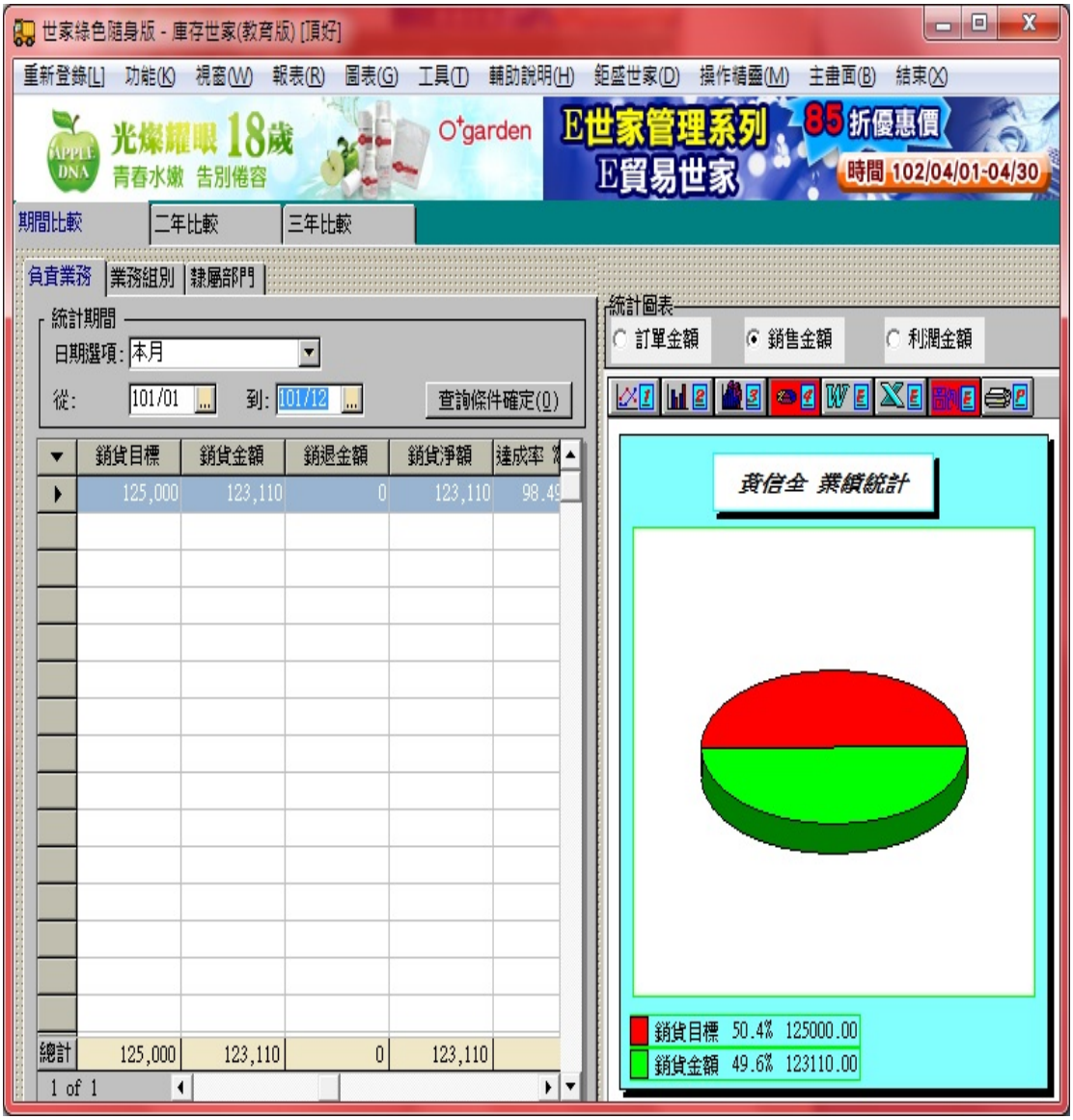


圖 6-3-11 業務業績統計

11.頂好公司該 101 年份的進貨統計，如表 6-3-1 所示，此單據很清楚的顯示出進貨日期，廠商，進貨金額量統計出來，進貨可以掌握成本流向及應用狀況。

表 6-3-1 進貨統計

頂好

進貨統計表 (單據別)

進貨日期: 101/01/01 ~ 101/12/31　　單據單號: 全部　　廠商編號: 全部

地 區 別: 全部　　採購編號: 全部　　業務組別: 全部

部 門 別: 全部　　倉庫編號: 全部　　登 錄 人: 黃信全 ~ 黃信全

類別	單據單號	進貨日期	廠商簡稱	負責採購	倉庫名稱	幣 別	進貨淨額	稅額	進貨總金額	稅別			
進貨	1010102001	101/01/02	欣欣	黃信全	A庫	NT$	$13,600	$680	$14,280	外加	NT$	$14,280	進101010200
進貨	1010103001	101/01/03	美美	黃信全	A庫	NT$	$14,800	$740	$15,540	外加	NT$	$15,540	進101010300
進貨	1010630001	101/06/30	欣欣	黃信全	A庫	NT$	$2,080	$104	$2,184	外加	NT$	$2,184	進101063000
進貨	1010731001	101/07/31	欣欣	黃信全	A庫	NT$	$5,600	$280	$5,880	外加	NT$	$5,880	進101073100
進貨	1010731002	101/07/31	美美	黃信全	A庫	NT$	$13,600	$680	$14,280	外加	NT$	$14,280	進101073100
進貨	1010731003	101/07/31	欣欣	黃信全	A庫	NT$	$2,200	$110	$2,310	外加	NT$	$2,310	進101073100
進貨	1010731004	101/07/31	美美	黃信全	A庫	NT$	$5,800	$290	$6,090	外加	NT$	$6,090	進101073100
進貨	1010831001	101/08/31	欣欣	黃信全	A庫	NT$	$2,400	$120	$2,520	外加	NT$	$2,520	進101083100
進貨	1010831002	101/08/31	欣欣	黃信全	B庫	NT$	$4,800	$240	$5,040	外加	NT$	$5,040	進101083100
進貨	1010831003	101/08/31	美美	黃信全	B庫	NT$	$5,000	$250	$5,250	外加	NT$	$5,250	進101083100
進貨	1011031001	101/10/31	欣欣	黃信全	B庫	NT$	$2,600	$130	$2,730	外加	NT$	$2,730	進101103100
進貨	1011031002	101/10/31	欣欣	黃信全	B庫	NT$	$7,000	$350	$7,350	外加	NT$	$7,350	進101103100
進貨	1011031003	101/10/31	美美	黃信全	B庫	NT$	$4,400	$220	$4,620	外加	NT$	$4,620	進101103100
進貨	1011130001	101/11/30	欣欣	黃信全	B庫	NT$	$10,200	$510	$10,710	外加	NT$	$10,710	進101113000
進貨	1011130002	101/11/30	美美	黃信全	B庫	NT$	$7,800	$390	$8,190	外加	NT$	$8,190	進101113000
合 計						NT$	$101,880	$5,094	$106,974				

12.可以知道頂好公司，該 101 年分客戶的銷貨金額清楚的統計出來，這個表可以統計客戶的銷貨金額排名，並可以把顯示出來的前幾名顧客，設爲重要顧客如果該重要顧客以三個月一次或者每個月都會購買且量大，可以進行給與打折，如有優惠的時候可以打電話進行通知，銷貨管理的目的是掌握營運量及營運狀況，如表 5-3-2 所示。

表 6-3-2 銷貨排名統計表

頂好

銷貨排名表（客戶別）

銷貨期間: 101/01/01 ~ 101/12/31
產品編號: 全部
產品大類: 全部
業務組別: 全部
部 門 別: 全部

客 戶 別: 全部
地 區 別: 全部
負責業務: 全部
報表排名依: 銷貨金額
★本報表成本選用:標準成本　　幣別: NT$

名次	客戶編號	客戶簡稱	銷貨金額	銷退金額	實銷金額	銷貨成本	銷貨利潤	獲利率%	毛利率%	佔有率%
1	0000000002	盧二	$11,840	$0	$11,840	$0	$11,840	100.00%	100.00%	9.62%
2	0000000010	陳五毛	$11,820	$0	$11,820	$0	$11,820	100.00%	100.00%	9.60%
3	0000000001	盧一	$11,170	$0	$11,170	$0	$11,170	100.00%	100.00%	9.07%
4	0000000008	陳三毛	$10,360	$0	$10,360	$0	$10,360	100.00%	100.00%	8.42%
5	0000000004	盧四	$10,330	$0	$10,330	$0	$10,330	100.00%	100.00%	8.39%
6	0000000006	陳一毛	$10,090	$0	$10,090	$0	$10,090	100.00%	100.00%	8.20%
7	0000000009	陳四毛	$10,080	$0	$10,080	$0	$10,080	100.00%	100.00%	8.19%
8	0000000007	陳二毛	$8,960	$0	$8,960	$0	$8,960	100.00%	100.00%	7.28%
9	0000000005	盧五	$8,690	$0	$8,690	$0	$8,690	100.00%	100.00%	7.06%
10	0000000003	盧三	$8,140	$0	$8,140	$0	$8,140	100.00%	100.00%	6.61%
合計:			$101,480	$0	$101,480	$0	$101,480	0.00%	100.00%	82.43%

13.可以讓頂好公司很清楚知道該月份，應付多少帳款給廠商，如表 6-3-3 所示。

表 6-3-3 應付帳款統計表

頂好

應付帳款統計表（廠商別）

廠商編號: 全部
帳款月份: 101/01~101/01
組　　別: 全部

採購編號: 全部
部 門 別: 全部
★本表一律為含稅額

廠商編號	廠商簡稱	幣別	101/01 之前未付款	101/01~101/01 帳款含稅額	101/01~101/01 已沖含稅額	應付含稅總額	帳款月份 進 貨 總 額
0000000001	欣欣	NT$	$0	$14,280	$0	$14,280	$14,280
0000000002	美美	NT$	$0	$15,540	$0	$15,540	$15,540
合　計		NT$	$0	$29,820	$0	$29,820	$29,820

14.頂好公司都是使用人工記帳的方式，如果使用該軟體，該軟體會很清楚的將顧客帳款統計出來，這樣就可以省去用人工記帳的時間，如表 6-3-4 所示。

表 6-3-4 應收帳款統計表

頂好

應收帳款統計表 (客戶別)

客戶編號: 全部　　業務編號: 全部
帳款月份: 101/01~101/12　　部 門 別: 全部
組　　別: 全部　　★本表一律為含稅額

客戶編號	客戶簡稱	幣別	101/01 之前未收款	101/01~101/12 帳款含稅額	101/01~101/12 已沖含稅額	應收含稅總額	帳款月份 銷貨總額	帳款月份 訂單總額
0000000001	盧一	NT$	$0	$11,729	$0	$11,729	$11,729	$0
0000000002	盧二	NT$	$0	$12,432	$0	$12,432	$12,432	$0
0000000003	盧三	NT$	$0	$8,548	$0	$8,548	$8,548	$0
0000000004	盧四	NT$	$0	$10,847	$0	$10,847	$10,847	$0
0000000005	盧五	NT$	$0	$9,125	$0	$9,125	$9,125	$0
0000000006	陳一毛	NT$	$0	$10,596	$0	$10,596	$10,596	$0
0000000007	陳二毛	NT$	$0	$9,413	$0	$9,413	$9,413	$0
0000000008	陳三毛	NT$	$0	$10,883	$0	$10,883	$10,883	$0
0000000009	陳四毛	NT$	$0	$10,589	$0	$10,589	$10,589	$0
0000000010	陳五毛	NT$	$0	$12,416	$0	$12,416	$12,416	$0
0000000011	陳六毛	NT$	$0	$1,775	$0	$1,775	$1,775	$0
0000000012	陳七毛	NT$	$0	$956	$0	$956	$956	$0
0000000013	陳八毛	NT$	$0	$1,008	$0	$1,008	$1,008	$0
0000000014	陳久毛	NT$	$0	$1,260	$0	$1,260	$1,260	$0
0000000015	陳時雖	NT$	$0	$263	$0	$263	$263	$0
0000000016	林一民	NT$	$0	$861	$0	$861	$861	$0
0000000017	林二民	NT$	$0	$1,407	$0	$1,407	$1,407	$0
0000000018	林三民	NT$	$0	$1,743	$0	$1,743	$1,743	$0
0000000019	林四民	NT$	$0	$1,134	$0	$1,134	$1,134	$0
0000000020	林武民	NT$	$0	$1,145	$0	$1,145	$1,145	$0
0000000021	林六民	NT$	$0	$1,082	$0	$1,082	$1,082	$0
0000000022	林七民	NT$	$0	$777	$0	$777	$777	$0
0000000023	林八民	NT$	$0	$641	$0	$641	$641	$0
0000000024	林久民	NT$	$0	$630	$0	$630	$630	$0
0000000025	林石民	NT$	$0	$830	$0	$830	$830	$0
0000000026	黃一寶	NT$	$0	$525	$0	$525	$525	$0
0000000027	黃二寶	NT$	$0	$546	$0	$546	$546	$0
0000000028	黃三寶	NT$	$0	$756	$0	$756	$756	$0
0000000029	黃四寶	NT$	$0	$1,050	$0	$1,050	$1,050	$0
0000000030	黃武寶	NT$	$0	$1,670	$0	$1,670	$1,670	$0
0000000031	黃六寶	NT$	$0	$956	$0	$956	$956	$0
0000000032	黃七寶	NT$	$0	$1,701	$0	$1,701	$1,701	$0
合 計		NT$	$0	$129,294	$0	$129,294	$129,294	$0

15.如頂好公司想知道現有庫存量，可以使用該軟體，這樣可以很清楚的呈現該公司的庫存量，對該公司有極大的幫助，庫存不足的話可以提前進貨，如果庫存呆料太多就要降低庫存量，可以選擇加速其把消耗掉，這時可以以低價促銷的方法來降低庫存量。如表 6-3-5 所示。

表 6-3-5 庫存現量表

頂好

庫存現量表(倉庫別)

倉庫名稱：總倉
庫存計算基準日：101/12/31 止

產品編號：全部
產品大類：全部
★成本採用標準成本,幣別一律採NTS,稅別一律採未稅.

產品編號/產品名稱	單位	現實存量	產品性質	產品大類
00A 牛肉	包	45	成品	後腿
00F 牛肉	包	61	成品	前腿
00G 牛肉	箱	42	成品	花腰
00H 牛肉	箱	27	成品	腰心
00I 牛肉	箱	38	成品	嫩腰
00J 牛肉	箱	28	成品	條肉
00K 牛肉	箱	30	成品	黃瓜條
00L 牛肉	箱	27	成品	和尚頭
00M 牛肉	箱	48	成品	骰腰
00N 牛肉	箱	49	成品	牛骨
00O 牛肉	箱	45	成品	板腰
00P 牛肉	箱	45	成品	公牛沙朗
00Q 牛肉	箱	60	成品	牛肚
00R 牛肉	箱	26	成品	牛筋
00S 豬肉	箱	61	成品	三層肉
00T 豬肉	箱	66	成品	梅花肉
00U 羊肉	箱	40	成品	里羊
00V 羊肉	箱	38	成品	小羊排
00W 羊肉	箱	65	成品	羊肋排
合　計:		841		

第四節　檢討與建設

若頂好公司引進這套鉅盛科技庫存世家軟體，將可改善現行的顧客關係管理、庫存不明、銷售記錄不清等缺失、加速管理、並可評估主要客戶需求、提前訂購，並該軟體的初步分析其特性如表 6-4-1 所示。

表 6-4-1 分析特性表

軟體名稱	鉅盛庫存世家
軟體延伸度	軟體已設定;若不符使用時則可打在備註
適用範圍	穩定的公司及機構
執行環境	Windows 支援作業系統
系統特色	提供客戶及產品資料管理。提供銷貨單及出貨。提供客戶業績統計及各式報表
補助軟體	有，看客戶需要，可由別的世家軟體中提供系統
產品功能顯示	軟體本身已設定，包含相片與出貨單位等，可詳細填寫使資料的完整性變高。
圖片顯示	有
客戶資料	有
線上更新程式	有
輸入、查詢方法	有
軟體架構	已建立好
使用權限	有
功能	鉅盛庫存世家提供客戶及產品資料管理、客戶業績統計及各式報表輸出等功能系統。「鉅盛庫存世家」功能包括員工基本資料、客戶資料、產品資料、業績統計、銷貨單作業系統等。

第七章　結論

因爲頂好商號是傳統市場和中小企業、我們首先利用 SWOT 分析和 USED 改善方法，找出頂好商號隱藏在其中的問題，並且經由發問卷表、製作 DM 藉此讓頂好商號在市場更有明顯的標註位址，再利用鉅盛資訊系統的訂單世家、庫存世家，來接收訂單及處理倉庫上的利用率，查明倉庫是否能供貨，以及了解每一年的銷售率。在這個過程裡學習到很多的事物，希望這個專題對頂好商號能夠有實質上的幫助，也希望這次的專題能對於不管是對公司以及本組的每個成員，能有所成長，更希望在以後工作上能夠使用這專題所學過的資料，幫助其他企業。

第八章　參考文獻

[1] 維基百科。http://zh.wikipedia.org/wiki/SWOT%E5%88%86%E6%9E%90

[2] 董智軒、古鎧銘、陳柏勇、謝懷文、林良治、陳嘉宇、陳相榮。專題名稱：企業流程再造模擬規劃。學校：建國科技大學，發表日期：96 年 12 月。

[3] 鉅盛資訊科技。http://www.datasun.com.tw/products.asp#

[4] 張曉婷、陳詠鈴、蔡如崢、毆景維、謝榮聰、謝懷賢、王雲正。專題名稱：運用群組技術建立刀具庫儲系統。學校：建國科技大學，發表日期：94 年 12 月。