

雜糧產業經營策略之研究-以日正食品為個案

鄧瑞兆, 劉明興

企業管理學系

管理學院

rjteng@cc.chu.edu.tw

摘要

隨著我國經濟的不斷發展，人民生活水準和品質不斷提高，膳食結構發生變化，稻米和麵粉等消費已不能滿足人們的消費需求，人們對綠色食品、保健食品、稀有精品越來越青睞。雜糧以其特有的營養、保健、綠色的特性，將會被越來越多的人所認識，近幾年，媒體對五穀雜糧類食品的廣泛宣傳，帶動了五穀雜糧產業的發展。雜糧產業因為進入障礙門檻低，屬於高度競爭的產業，經營獲利原本就有限，加上國際原物料急漲急跌之影響，面對上游的原料供應掌握度逐漸下滑，且因消費者對食品價格敏感度提高，成本轉嫁愈形不易。又因下游通路的貨架有限，通路間競爭劇烈使單店業績與獲利不如預期，強勢通路朝向發展自有品牌、壓低廠商的產品進價，或者要求行銷操作的配合，都壓縮到廠商的經營利潤。

本文的研究方法以文獻分析、深度訪談法，針對國內較具代表性的雜糧小包裝品牌做為研究主軸，藉由外部環境掌握產業的競爭態勢，並歸納競爭環境的機會與威脅，以及透過個案研究與專家訪談，瞭解業者之經營活動與未來發展，探究個案公司目前所遇到的經營問題以了解其內部環境之優勢與劣勢。再透過SWOT分析及TOWS矩陣配對分析，發展個案公司在雜糧產業的競爭策略，期能提出有助於雜糧產業永續發展之經營策略建議。

關鍵字：雜糧、雜糧產業、經營策略、SWOT、TOWS