

國立屏東大學
企業管理學系
學生專題論文

水果主題餐廳之創業計畫

指導老師：鄧 鈺 霖

學	生：	曾議巧	盧耿見
		張毅鎰	王宇潔
		張芷夢	陳邑瑄

中華民國一〇四年一月

國立屏東大學
企業管理學系
學生專題論文

水果主題餐廳之創業計畫

指導老師： 鄧鈺霖

口試老師： 張秋菊

洪振虔

中華民國 104 年 1 月 6 日

摘要

隨著時代的演進，主題餐廳興起，帶來餐飲業新商機與獨樹一格之設計風格，帶給消費者更多不同於一般餐廳的新鮮感。

本研究動機與目的在於將文化變成商品，結合屏東在地物產研發出獨特的美食佳餚，希望發展出富有屏東在地文化的主題餐廳，進而探討屏東文化、產業與主題餐廳結合的可能性。

樣本對象以國立屏東大學周邊商圈之消費族群為主，並採取隨機抽樣模式。考慮到商圈內消費者不同之消費偏好，以及多重因素下，安排抽樣時間涵蓋平時與假日時間，訪問過程皆採取問卷調查，共發放 300 份有效問卷。資料分析方面，則採用次數分配表、百分比分析、交叉表分析，分別得到下列分析結果：

1. 以人口統計變數（包括：性別、年齡、教育程度、可支配所得以及職業）與消費者偏好（包括：屏東特色之探討、產品與服務特色之探討、價格策略、通路策略以及促銷策略），進行交叉分析得知其中之關聯。
2. 以人口統計變數及百分比分析（包括：水果元素、農漁產品元素），得知消費者之消費偏好與意願之百分比例。

以上分析結果發現芒果、鳳梨以及蓮霧是深受消費者歡迎的水果；此外也顯示出，具有差異化的主餐設計能夠明顯提升消費者的消費意願，於是我們結合此兩項因素選擇開一家水果主題餐廳。

對於促銷方面，則是採取不同期間搭配不同促銷活動以增加消費者的購買意願，保持再次光臨的理由，而店家應費心思考如何在中低價位提供讓顧客物超所值的產品或服務。

目錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機	1
第三節 研究目的	2
第四節 研究流程	3
第五節 研究限制	4
第二章 文獻探討	5
第一節 主題餐廳的定義	5
第二節 主題餐廳內涵分析	7
第三節 主題餐廳的特性與分類	9
第四節 主題餐廳的體驗平台	12
第三章 環境分析	13
第一節 樣本分析	13
第二節 可行性分析	15
第三節 SWOT 策略分析與 STP	26
第四章 行銷策略	28
第一節 行銷組合－產品	28
第二節 行銷組合－價格	29
第三節 行銷組合－通路	30
第四節 行銷組合－促銷	32
第五章 財務計畫	34
第一節 財務計畫	34
第二節 預估損益表	37
第三節 預估資產負債表	38
第四節 產品及價目	38
第五節 創意過程	40
第六節 甘特圖	40
第六章 結論	41
附錄	42
參考資料	50

表目錄

表 2-1 主題餐廳定義.....	5
表 2-2 不同主題餐廳類型之體驗媒介顯著性.....	11
表 3-1 100 年-102 年餐館業的營業額與年增率調查表.....	13
表 3-2 水果元素與人口統計變數的關係.....	16
表 3-3 水果元素與人口統計變數百分比比例圖.....	16
表 3-4 農漁產品元素與人口統計變數的關係.....	18
表 3-5 農漁產品元素與人口統計變數百分比比例圖.....	19
表 3-6 主題用餐與人口統計變數的關係.....	21
表 3-7 經濟可行性分析.....	24
表 3-8 原料技術提供者分配表.....	25
表 3-9 SWOT 環境分析表.....	26
表 4-1 選擇之水果總類表.....	28
表 4-2 簡餐類之選擇人數表.....	28
表 4-3 產品類型.....	29
表 4-4 消費行為的價格因素表.....	29
表 4-5 消費行為的通路因素表.....	31
表 4-6 消費行為的促銷因素表.....	32
表 5-1 敏感度分析.....	34
表 5-2 營業收入.....	35
表 5-3 固定成本.....	35
表 5-4 變動成本.....	36
表 5-5 營業費用.....	37
表 5-6 預估損益表.....	37
表 5-7 預估資產負債表.....	38
表 5-8 菜單目錄.....	39
表 6-1 水果選擇之總類表.....	41
附錄表 1 主題餐廳用餐環境與人口統計變數的關係.....	42
附錄表 2 主題餐廳用餐環境與人口統計變數百分比比例圖.....	43

圖目錄

圖 1-1 研究架構.....	3
圖 2-1 建立體驗平台模型.....	12
圖 3-1 餐館營業額.....	14
圖 5-1 餐廳廣告單.....	39
圖 5-1 創意過程.....	40
圖 5-2 甘特圖.....	40

第一章 緒論

第一節 研究背景

從街頭林立的餐廳看來，現代人到餐廳吃飯是件普遍的活動。法國社會學家 J. Baudrillard(1983)認為隨著社會風尚及消費活動的改變，越來越多的消費者不只是物質的消費，而且是象徵性的消費（symbolic consumption）。

對大多數的主題餐廳消費者而言，主題餐廳除了銷售餐點等這類實質物品外，其所象徵的「符號」是另一層消費的目的，所以店內的感覺以及裝潢所營造出來的氣氛對消費者而言也是極重要的消費標的。

按照 P. Bourdieu 的說法，「空間」的觀念在於強調文化品味的實踐與社會地位的匹配。消費者除了味覺的享受外，對於空間中視覺與心理層面的需求，也期望同時被滿足。

「享受空間氣氛」是目前主題餐廳或咖啡店消費的主要目的之一。而對於「空間創作」的室內設計而言，所創造的不只是一個消費的空間，還是一個被消費的無形產品，這種空間消費的現象在主體餐廳中尤其明顯可見。

對於主題餐廳而言，每家店依不同的經營者，呈現出不同的風格。而對於想體驗空間的消費者而言，主題餐廳這種風格獨特的經營方式，成為許多年輕消費族群或上班族在選擇用餐地點時的最佳選擇。故本研究以主題餐廳為研究對象。

第二節 研究動機

時代的演進，餐廳商業經營方式也跟著演變，主題餐廳的興起，不僅帶來餐廳新商機，更加以不同設計風格，突顯獨樹一格的風采，帶給消費者更多不同於一般餐廳的新鮮感。

對現今的消費者而言，前往餐廳用餐不僅是滿足口腹之慾，享受餐廳氣氛更為重要的消費目的。換句話說，餐廳所營造出來的氛圍也將被視為商品讓社會大眾前去消費。本研究想以主題餐廳結合屏東在地化元素，進而探討屏東的文化、產業與主題餐廳結合的可能。

第三節 研究目的

近年來，台灣各地大專院校陸續成立「文化創意產業發展」的相關系所，例如：本校屏東大學以及中興大學、台北教育大學、高雄應用科技大學、東華大學、雲林科技大學…等，透過現況我們可以發現「文化創意」這塊新興產業儼然已成為一種趨勢，而台灣也正如火如荼的推廣中。因此，本研究致力於將文化變成商品，結合屏東在地物產研發出獨特的美食佳餚，發展出富有屏東在地文化的主題餐廳。

基於以上之動機，本研究的目的歸納如下：

1. 創意文化：行銷屏東在地文化物產。
2. 創異料理：食材加水果獨特配料。
3. 創憶口感：以獨特口感加深消費者的記憶。
4. 創益屏東觀光：利益產銷雙方，行銷屏東。
5. 了解消費者對於以屏東文化為特色的主題餐廳之消費動機與意願。
6. 了解屏東大學兩校區(屏商、民生)學生對於平價主題餐廳的消費意願。
7. 探討位於大學城商圈的主題餐廳是否對於大學生具有吸引力。

第四節 研究流程

本研究之研究流程，先確定研究背景與動機，在確定研究目的，之後根據主題探討相關文獻，後續建立研究架構並提出限制。並根據相關文獻設計研究問卷，針對研究對象發放問卷，回收問卷後進行資料分析，最後，整理研究結果而提出結論。各步驟主要內容如圖所示：

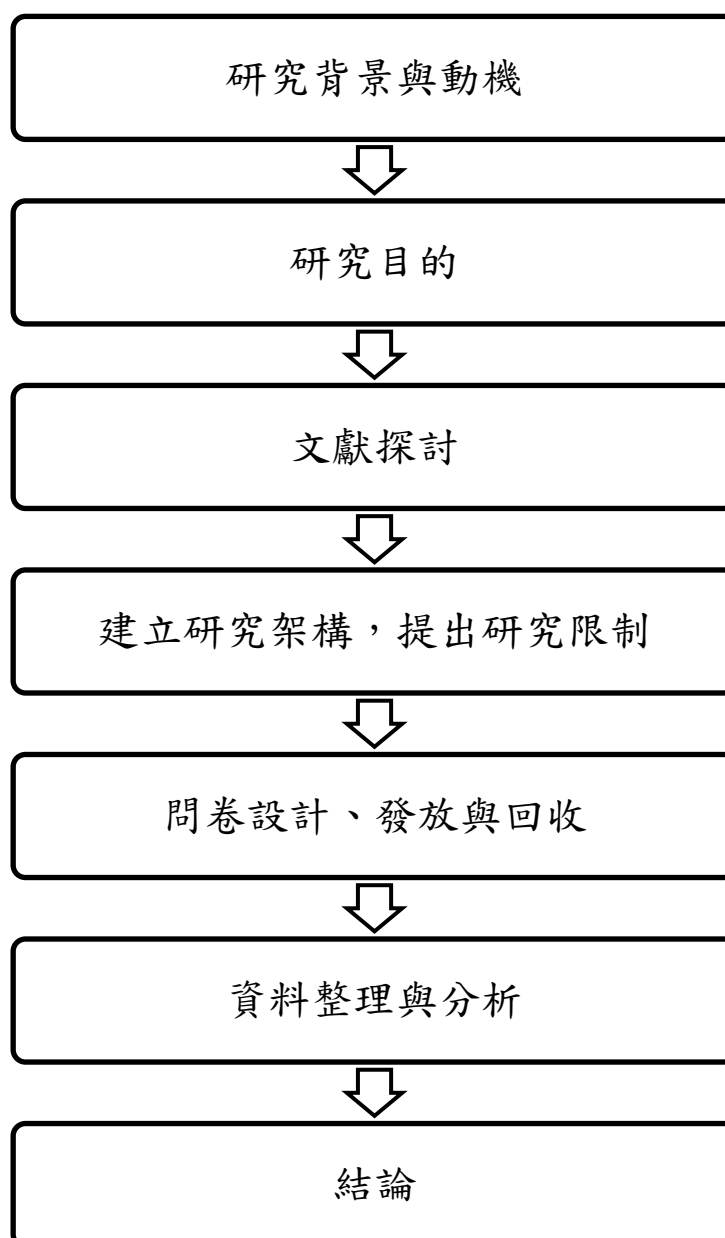


圖 1-1 研究架構

第五節 研究限制

本研究在設計上力求符合科學的原則，但受制於時間、人力等因素，故仍有未臻完善之處。因此，針對本研究不足之處，提供幾點建議，以作為後續研究者未來探討之方向：

1. 本研究受限於時間與人力等因素，只能觀察某時間點與地點下的現象，因此可能產生時間與地點上偏差，故後續研究者若在時間及人力等其他條件許可的情況下，建議可做更深入的探討。
2. 本研究主要以問卷調查方式進行資料蒐集，對於受測者主觀判斷與認知的影響，難免會存在偏頗與誤差，以致影響研究結果。因此，建議後續研究者可以進一步採用深度訪談的方式進行研究，藉著彼此的互動與對談，以了解研究對象真實的需求與想法。

第二章 文獻探討

第一節 主題餐廳的定義

王明元等(2009)研究指出，主題餐廳的發展起源於西元1960到1970年代間的美國，如1965年成立的T.G.I. Friday's、1969年成立的Victoria Station restaurant與1971年成立的Hard Rock Café。Beardsworth與Bryman(1999)認為主題餐廳是企業面對競爭激烈的市場環境，為了避免價格戰的廝殺，而進行市場區隔(market segmentation)，將市場區分為幾個不同的子集合，相同子集合下的消費者擁有類似的需求和特性。主題餐廳是透過一系列圍繞一個或多個主題進而吸引消費者之標誌，向顧客提供飲食聚會的場所。主題餐廳不僅僅單純在菜色的研發，還重視餐廳的硬體(餐具、裝潢、擺設、燈光等)及軟體設計上，形成一種整體感，讓來店消費的顧客可以完全沉溺於某一主題氛圍中，體驗不一樣的用餐情趣。此外，主題餐廳與一般餐廳最大不同在於賦予某種主題，並圍繞此既定主題，來營造餐廳的經營氣氛。

國內外學者在理論上和實務上對於主題餐廳定義有所不同，為了更加瞭解主題餐廳的定義，學者方翠禪(2007)將其整理，如表2-1。

表 2-1 主題餐廳定義

學者	定義
游達榮(1998)	以訴求其裝潢擺飾或人物偶像為重點而開設的場所。
Beardsworth and Bryman(1999)	主題餐廳是指一個採用各種無關吃喝活動的符號綜合體(a complex of distinctive signs)來裝飾其用餐之場所；此符號綜合體來自大眾文化中一個完整而可供辨認的敘述或概念。
鄭世陽(2001)	此類型的餐廳通常具有創意性，以某一種意象為其代表，名稱也必須表達其特色，有的以餐廳裝潢為其特色，或以精心設計的餐點內容、名稱、餐具為其特色，或以服務人員之裝扮、服務方式為其特色，此類型餐廳以吸引消費者之好奇心為導向，但此類型餐廳壽命並不長，易退流行，故經營者必須努力維持它的生動及新鮮感，其市場行銷策略必須推陳出新以延續其生命週期。

王德靜(2001)	主題餐廳因其裝飾主題鮮明獨特而得名，其餐飲內容可與裝飾主題有關，也可無關。主題餐廳以其獨特新奇的環境設計和裝飾吸引消費者，並使消費者增長知識和見聞。
黃瀏英(2002)	主題餐廳是透過一系列圍繞一個或多個歷史或其他的主題為吸引標誌，向顧客提供飲食所需的基本場所。其最大的特點是賦予一般餐廳某種主題，圍繞既定的主題營造餐廳的經營氣氛：餐廳內所有的產品、服務、色彩、造型以及活動都為主題服務，使主題成為顧客容易識別餐廳的特徵和產生消費行為的刺激物。主題餐廳除了要有特色鮮明的各類菜色外，還非常注重主題文化的深度開發，注重相應環境的營造，藉助於環境突出其主題特色。主題關鍵在於如何充分調動各種「因素」來深化特色，營造出一種無所不在的特色氛圍。
郭華(2003)	主題餐廳是通過文化嫁接的方式，以創造一個或多個文化主題為標誌，並圍繞主題來營造餐飲環境氛圍，提供特色餐飲服務的場所。
詹益政、黃清澤(2005)	所謂主題餐廳，其實就是透過單一或一系列的歷史、文化、藝術、思想來營造表達餐廳經營的服務氣氛，藉以刺激及吸引消費者的注意、幻想、思考和創造力。舉凡餐廳的裝潢、服飾、造型、色彩和餐食內容，在在都顯示餐廳獨特性和差異性。
張建業、賀學良(2006)	主題餐廳強調環境和文化特色，通過餐飲環境的設計和營造來體現某一主題特色；或者通過商業文化包裝，並使其融於整體經營之中，以此為主題組織餐飲經營。主題餐廳給顧客帶來的是一種獨特的消費感受的滿足。
陳貴鳳(2007)	主題餐廳相對於一般餐廳而言，有獨特的餐飲新概念，有別具一格的裝飾佈置，使前來用餐的顧客既可以品嚐到美味佳餚，同時又可以體會到某種文化氛圍。主題餐廳令人印象深刻的是它的用餐環境。它往往圍繞一個特定的主題餐廳進行裝飾，甚至商品也與主題相配合，為顧客營造出一種溫馨或神祕，或懷舊獲熱烈的氣氛。
李雪松(2007)	主題餐廳基於成熟市場環境和個性消費需求而產生的，他通過文化嫁接的方式，以創造一個或多個文化主題為標誌，向顧客提供滿足其需要的餐飲及相關產品的體驗場所。

資料來源：學者方翠禪(2007)將其整理

第二節 主題餐廳內涵分析

一、主體餐廳的內涵

主題餐廳不僅在菜餚、環境、服務等元素都圍繞著同一主題外，其本身也具有獨特的特質來突顯與一般餐廳的差異性。從主題餐廳的內涵，可以進一步分析主題餐廳的本質，根據黃瀏英(2002)將主題餐廳的本質以兩個方面做說明：

(一) 主題餐廳的內涵是差異

相較於一般餐廳，主題餐廳所強調的是差異化的形式，透過塑造與眾不同的形象，使得自己的產品或服務優於競爭對手，與競爭對手有所區別，進而使消費者偏愛自己的產品或服務。

(二) 主題餐廳的內涵是文化

主題餐廳除了要有特色鮮明的各類特色外，還要提升文化的深度開發，注重相應環境的營造，借助於環境突出其主題特色。另一方面，在教育普及與資訊發達的現代社會中，人們對於飲食不再僅是滿足單純的口腹之慾，其以在追求精神上的享受。因此，業者應該注意餐飲的產品及服務上必須具備豐富的歷史文化內涵，以提供另類餐飲文化的體驗。

二、主題餐廳的特點

主題餐廳的特點不僅僅侷限於「主題」，黃瀏英(2002)提出一個相對成熟的主題餐廳必須具備以下 6 個特點：

(一) 鮮明的主題特色

鮮明的主題是主題餐廳的生存和發展的資本，一旦確定了某個主題，餐廳的一切都將以這個主題為中心，圍繞主題展開經營活動。首先，餐廳外觀應展現相應的主題內涵。其次，室內裝潢和餐具配備也應與主題相呼應，使餐廳具有個性色彩。再者，服務人員的服裝也可做為營造主題氛圍的道具。總之，有關餐廳的產品、服務及一切活動都應充分考慮到主題的存在，用各種各樣的方法和手段來呈現。

(二) 濃厚的文化內涵

在市場上的文化競爭層次，「差異化」、「主題化」是文化競爭的主要特點。主題餐廳本身即具深厚的文化底蘊，從設計菜餚與菜單、餐廳內部

的裝潢及擺設等，到處都可透出濃厚的文化氣息。現代消費者到餐廳消費，不僅僅是滿足生理上的需求，更多的是一種精神上的享受，而這種享受的根源來自文化，即顧客來到餐廳，是購買文化、消費文化、享受文化。

（三）專業化的服務人員

主題餐廳的成功與否取決於餐廳能否下工夫做足準備及瞭解主題餐廳的實質意義。因此，要注重深層次的文化內涵的培養，尤其要求服務人員掌握與主題相關的一切常識。即服務人員本身就是主題的象徵之一。

（四）高利潤高風險

主題餐廳的特色表現為其「雙高特色」。當主題的差異性非常明顯，餐廳可藉助差異優勢掌握定價的主動權，不至於像一般餐廳成為價格的被動者；當主題色彩越鮮明，表示產品或服務滿足某類消費者特殊偏好的效用越強，消費者對產品或服務就越忠誠，其他產品或服務的替代性就小。

（五）個性化的消費對象

主題餐廳的消費對象實際上是經過市場調查高度細分而選擇出來。因此，這些消費對象除了一些好奇的消費者外，絕大多數消費者對該主題有明顯的偏好。所謂「物以類聚，人以群分」，主題餐廳實際上就是個興趣相近、愛好相同、具有共同語言的人群的集聚地。除了基本的「胃的滿足」外，還要獲得精神上的共鳴。

（六）忠誠型的客源構成

由於主題餐廳具有鮮明的主題特色，消費者大多都是對此主題感興趣而前往餐廳消費。當消費者在此用餐有美好體驗、留下好的印象，即有可能形成忠誠度，此種忠誠度來自於消費者對此主題餐廳的喜歡與興趣。且主題餐廳的回頭客有著對餐廳特有主題的共同興趣，久而久之，就發展為類似俱樂部性質的一群具有相同或類似興趣的消費族群。而這類消費者不會因為些許的環境改變、略微的菜餚質量或服務上的小失誤等輕易放棄對該餐廳的忠誠，只要興趣依舊，他們就會一如既往的光臨與消費。

三、主題餐廳的分類範圍與設計要點

從分類範圍去區分主要消費族群，進而設定主題。當主題一旦設立，設計的內容皆與其相符合。因此一家主題餐廳要先明確的區分自己的定位，

才不會導致混亂，毫無特色。

(一) 分類範圍

1. 按地理位置分類：亞洲風情、美洲風情、歐洲風情、澳洲風情等等。
2. 按年齡因素分類：青少年、中年、老人、兒童。
3. 按職業因素分類：白領餐廳、學生餐廳、普通大眾餐廳。
4. 按文化類型分類：音樂主題、美術主題、廣告主題等等。
5. 按歷史年份分類：懷舊復古、現代時尚、夢幻未來。

(二) 設計要點

1. 店名設計：個性鮮明、精練概括、易於辨認、富於聯想、自我保護。
2. 標誌設計：圖形標誌（抽象、具象）、文字標誌、組合標誌（圖形和文字）。
3. 氛圍設計：主題餐廳與普通餐廳的區別在於環境佈置和氛圍烘托具有特色。
4. 音樂設計：根據主題選擇、餐廳風格選擇。
5. 菜式設計：反映了餐廳在產品結構特色上的基本。

第三節 主題餐廳的特性與分類

一、 主題餐廳的特性

Beardsworth 與 Bryman (1999) 認為主題餐廳有下述幾個重要的特點：(王明元等，2009)

1. 對於餐廳訴求的主題描述或概念，來自於社會中大家所熟知的文化背景。
2. 這個描述在餐廳的外部以及內部必須是感官上看得見、摸得到、聽得見的。而具體呈現方式，包括商標、店名、藝術品、裝潢、裝飾品、音樂、菜單術語、制服及商品等。
3. 吃東西、喝東西不是主題餐廳的關鍵特性，顧客甚至於更關心這家餐廳的主題和氣氛。
4. 菜單通常是標準化的，裡面的菜餚經過設計，而有助於有效率的生產與呈現。主題不需要和菜單裡的菜色有關，如果有關也通常是名稱上的關聯性，而非菜餚本身。
5. 用餐情境本質上是非正式的，容許客人在穿著、行為、參與程度上有差別。

6. 在兩方面強調可親近性(accessibility):在人文的地理上的可親近性、在主題上的文化可親近性(主題通常必須是預期客群中的大多數所能接受)。
7. 綜上主題餐廳類型與特性所述,認為主題呈現的方式是感官、多元且可親的。亦認為主題餐廳主題本質上是要有明顯市場區隔的差異化存在,且具體內涵須具有文化面之商業賣點等論述。

二、主題餐廳的類型

Beardsworth 與 Bryman (1999) 根據主題餐廳的主題特性,將主題餐廳區分為四種類型:(王明元等,2009)

1. 聚寶盆式的主題(Reliquary Theming)

此類型餐廳內常擺設各種與主題相關的紀念品或是與主題相關且值得紀念之英雄人物肖像與他們所使用過的物品等,與許多重要事件的攝影記錄,將這些事物集合起來,將餐廳以主題方式呈現,使對此主題有極大興趣的消費者前來消費。

2. 模仿式的主題(Parodic Theming)

此類型餐廳利用各種模擬真實的人工製品或裝潢技術,進而創造出一個奇妙氣氛和環境,這類型主題相當強調具有歷史感或有著濃厚的異國情調。模仿式的主題餐廳與聚寶盆式的主題餐廳最大的不同在於聚寶盆式的主題餐廳是讓影迷們朝聖的地方,模仿式的主題餐廳主要是以引領顧客主動參與,成為其環境當中一份子。

3. 反身式的主題(Reflexive Theming)

經營設計者一開始並未刻意地尋找一個文化敘述作為主題,而是經過數十年來的經營實踐,才展現出主題的效果。其中,最典型的例子為麥當勞。

4. 族群式的主題(Ethnic Theming)

此類型餐廳通常以能夠象徵族群特徵的名稱來命名,其餐廳的內外部會運用各種族群的藝術品、裝飾品及象徵族群的符號來裝潢。甚至包括服務人員服飾、播放的音樂或所供應的餐飲,都具有強烈族群的特色。

另外,主題餐廳的概念是建設在「體驗消費」的基礎上,主題餐廳正是利用店內裝潢、設備、音樂及服務人員等外在環境來圍繞著一個主題,進而營造出一

種特殊氛圍，以期能滿足顧客視覺與心理的享受，藉此帶給消費者不一樣的體驗價值，而於顧客心中留下良好印象，進而增加口碑傳播之意願。(吳慧真，2008；張郁慧，2008)

吳慧真(2008)針對主題特性及體驗媒介傳遞主題價值的融合程度，來探討消費者對於不同主題餐廳的體驗價值。研究結果發現，四種不同類型主題餐廳在主題特性及體驗媒介有顯著差異。其中，主題特性對於體驗價值部分，「熱情愉悅」在任何主題餐廳上都是顯著的，代表消費者在體驗用餐過程中能有快樂的感受；而「獨特驚喜」以聚寶盆式較顯著，反身式則較不顯著。另外，體驗媒介對於體驗價值方面，值得注意的是「推廣設計」在「趣味性」和「美感」上呈現負向顯著相關，意指主題餐廳若是過於強調廣告及促銷活動，反而會降低用餐時的娛樂效果。另外「餐點口感」在「趣味性」上亦是呈現負向顯著相關，可能是餐點口味、菜單規劃及餐盤用具再怎麼特別，還是無法激起消費者用餐時能暫時忘記一切現實生活中的煩惱。

表 2-2 不同主題餐廳類型之體驗媒介顯著性 (吳慧真，2008)

主題餐廳類型	體驗媒介顯著性
聚寶盆式	「特殊展售」較顯著：展示有特別的物品。 「空間擺飾」較顯著：明顯將店內依照主題性來佈置。
模仿式	「服務人員」較顯著。 「識別系統」較顯著：整體空間裝潢設計有較為強烈的主題。
反身式	「推廣設計」較顯著。
族群式	「餐點口感」較顯著：菜色與烹調方式較特別，較受顧客的青睞。

資料來源：吳慧真(2008)整理

第四節 主題餐廳的體驗平台

根據 Schmitt(2003)提出的建立體驗平台模型(如圖 2-1)，可得知欲想要應用體驗行銷，即要設立一個體驗平台，此平台必須包括三個策略要素：體驗定位、整體執行主題、體驗價值承諾，而主題餐廳可以視為此體驗平台，主題餐廳為自己設定一個主題，為體驗主題定位，說明想要帶給消費者體驗的主題，進一步整體執行主題，應用體驗行銷工具之各構面與媒介，並且帶給消費者體驗價值的承諾，讓消費者感受到無可取代的體驗價值，帶給消費者一個愉悅且難忘的體驗之旅。

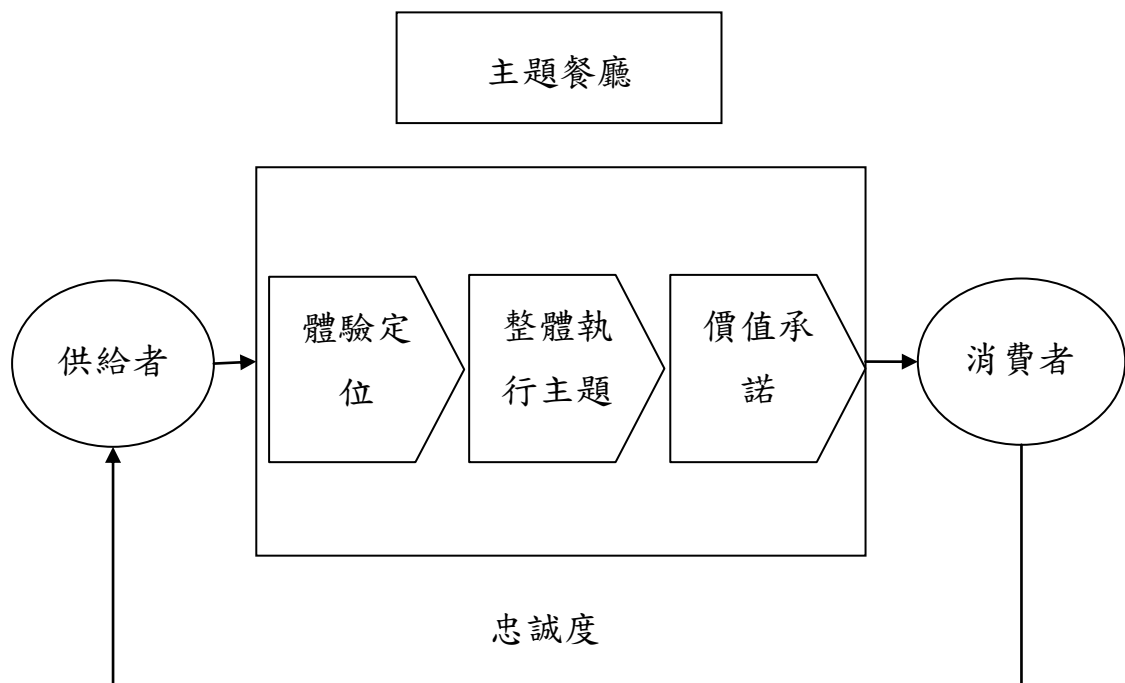


圖 2-1 建立體驗平台模型

第三章 環境分析

第一節 樣本分析

一、產業概況

從經濟部統計處資料顯示餐館業的營業額有逐漸上升的趨勢，由此可知餐館業尚未飽和，此市場有很大的商機，故我們決定成立創意主題餐廳。

表 3-1 100 年-102 年餐館業的營業額與年增率調查表

	商業營業額（千元）			商業營業額指數 (100 年=100)		
	餐館業	飲料店業	其他餐飲業	餐館業	飲料店業	其他餐飲業
100 年	323, 974, 135	40, 405, 138	16, 496, 598	100.00	100.00	100.00
101 年	335, 998, 363	41, 632, 170	16, 880, 291	101.75	101.07	100.38
102 年	338, 352, 326	44, 973, 974	17, 372, 675	101.65	108.33	102.50

資料來源：經濟部統計處

依財政部統計顯示，近 5 年餐飲業持續成長至 101 年餐飲家數已達 109,816(相較 100 年成長率約 3%左右)。102 年 7 月家數為 111,076 家(較去年同期成長率約 3%)。

100 年起營業額明顯增加，101 年餐飲業營業額為 3,359 億，102 年餐飲業營業額為 3,383 億，餐飲業 101-102 年營業額持平成長。

如下圖 3-1 餐館業營業額所示：

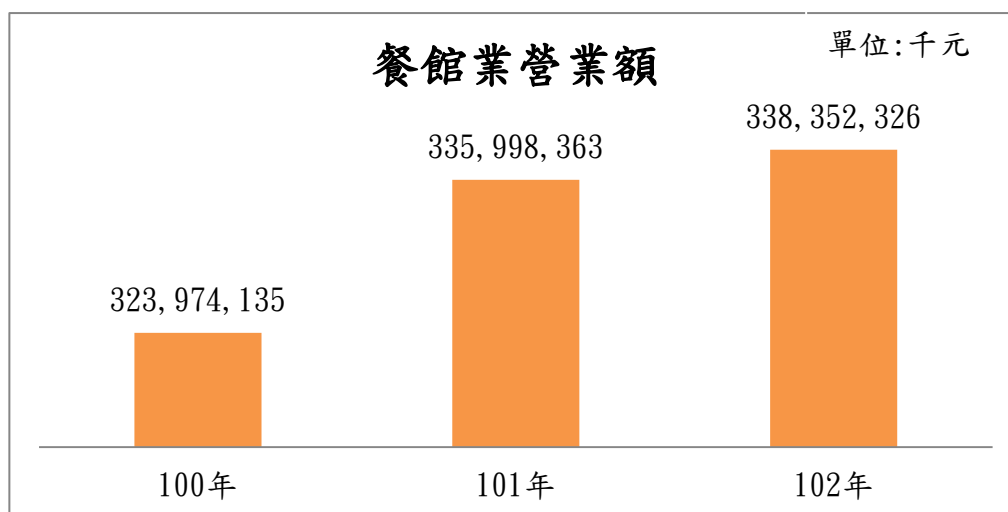


圖 3-1 餐館營業額

二、市場分析

(一) 台灣餐飲服務業市場分析

台灣餐飲業快速成長，102 年成長率達 3.6%，市場規模達新台幣 3,855 億元來台旅客大幅增長，特別是兩岸直航與開放陸客來台後，陸客已成為觀光客最大來源。台灣餐飲業在中國大陸餐飲市場也大有斬獲，走向大型化與連鎖化，具備長期競爭與成長動力。

台灣大型餐飲業大多具備高毛利率與高 EPS 特質，不易受經濟景氣影響，資本市場也給予餐飲業較高本益比，提升股東投資報酬率。

而台灣政府也積極推動美食國際化計畫，投入豐富資源，持續創造台灣餐飲業者競爭力，希望藉由策略性投資夥伴可加速台灣餐飲業的營運績效，達到雙贏局面。

(二) 屏東餐飲服務業市場分析

屏東雖緊鄰高雄，但飲食文化差異大，資源較高雄豐富，水果、海鮮、農產都能就近取材，以平價料理為主，而高雄以精緻美食高檔餐廳為主。

因此在訂價方面，必須以低價位的餐點為主力。屏東人生性保守，在飲食生活上都不習慣有太大的變化，所以口味必須迎合屏東人的生活型態，才有辦法牢牢抓住消費者的心。

（三） 屏東大學商圈餐飲服務業市場分析

屏東大學學生大約是一萬人，用餐習慣大多是以學校附近的餐館，所以附近商家客群幾乎都是以學生為主，多採簡單的麵食類、便當等低價的餐點讓學生能快速的用餐，搶攻學生的消費市場。

第二節 可行性分析

一、 市場可行性

由研究背景得知主題餐廳具有成長潛力，本專題將餐廳結合屏東在地產物，促進屏東經濟發展。

（一） 市場特性與規模：

1. 特性：

屏東縣位屬台灣最南端，三面環海，海岸線長達 146 公里，面積約 27.7 萬公頃，耕地面積達 7.5 萬公頃，人口數約 90 萬人，農業人口數約 38 萬人，農林漁牧總產值高達 650 億元，佔全國總產值 4,779 億元之 13.6% 居第二位。本地氣候溫和屬亞熱帶氣候，具有得天獨厚地理環境，充足的日光、肥沃的土壤，雨量充沛，四季皆盛產各種農特產，多種水果如蓮霧、鳳梨產量更居全國之冠。屏東縣水果特產甜度高，口感及品質佳，除在國內深受消費者歡迎外，更拓展到國外市場，深獲消費者歡迎。

此計畫結合負有豐富的農產品的屏東縣，讓屏東的居民跟學生都可以體驗到屏東的特產。

2. 規模：

在屏東大學中，民生與林森校區學生人數有五千多人，屏商校區則有四千多人，合計約一萬人。

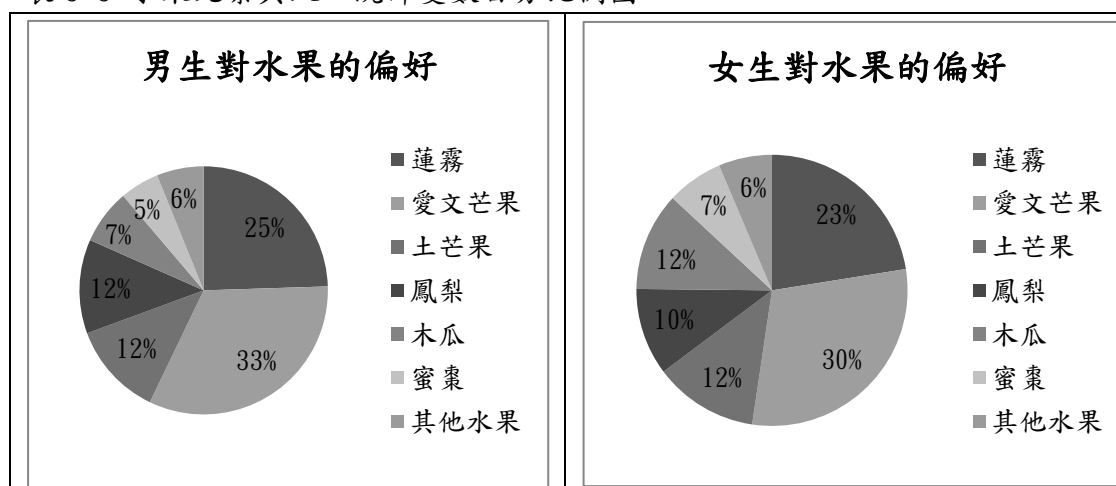
屏東盛產的物產主要為蓮霧、鳳梨、芒果、木瓜、香蕉、檸檬、荔枝、蜜棗。而本組經過下表之統計結果得知消費者最喜歡的前三項水果為蓮霧、鳳梨、芒果；而海產類為黑鮪魚、櫻花蝦、石斑魚等。

表 3-2 水果元素與人口統計變數的關係

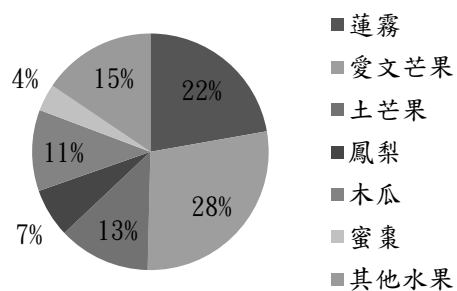
人口統計變數 \ 水果		蓮霧	愛文芒果	土芒果	鳳梨	木瓜	蜜棗	其他水果
性別	男	24	32	12	12	7	5	6
	女	67	89	37	31	35	20	19
	總和	91	121	49	43	42	25	25
年齡	15~未滿 18 歲	30	38	17	9	15	5	21
	18~未滿 22 歲	47	61	24	23	23	12	4
	22~未滿 25 歲	7	9	3	6	0	3	0
	25(含)歲以上	7	13	5	5	4	5	0
	總和	91	121	49	43	42	25	25
教育程度	高中/職	30	40	16	9	15	6	21
	大學/專	56	74	30	33	25	18	4
	研究所(含)以上	5	7	3	1	2	1	0
	總和	91	121	49	43	42	25	25
可支配所得	3000(含)元以下	57	71	27	23	29	13	22
	3001~5000 元	15	21	9	8	5	7	1
	5001~7000 元	8	10	6	4	5	2	1
	7001(含)元以上	11	19	7	8	3	3	1
	總和	91	121	49	43	42	25	25

資料來源：本組整理

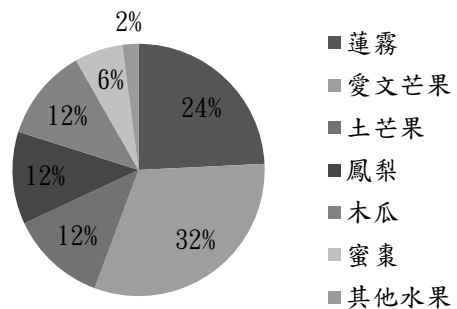
表 3-3 水果元素與人口統計變數百分比例圖



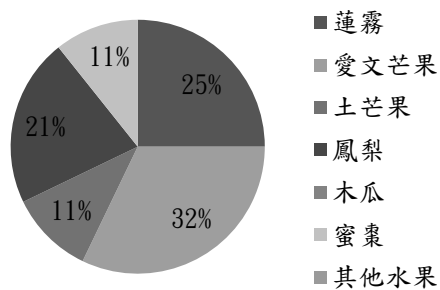
15~未滿18歲對水果的
偏好



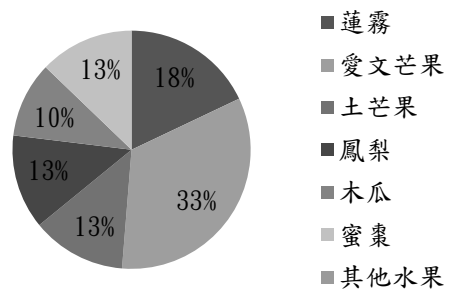
18~未滿22歲對水果的偏
好



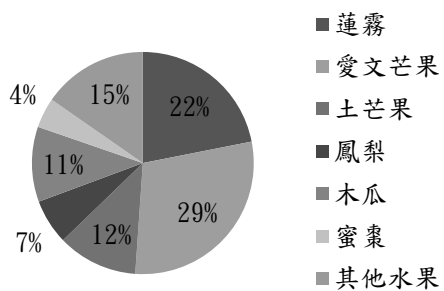
22~未滿25歲對水果的偏
好



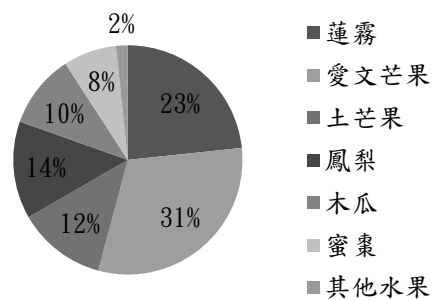
25(含)歲以上對水果的
偏好

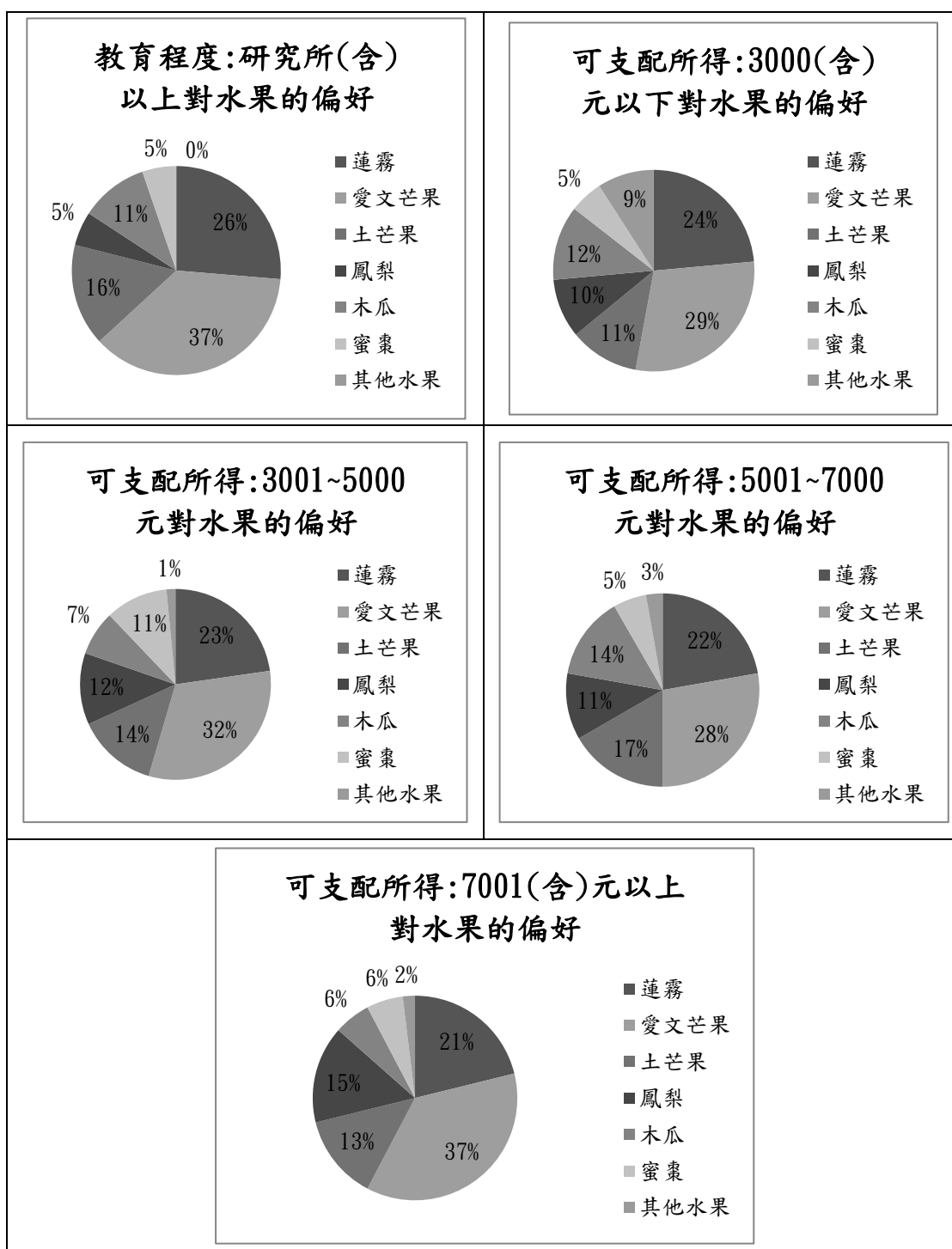


教育程度:高中/職對水
果的偏好



教育程度:大學/專對水
果的偏好





資料來源：本組整理

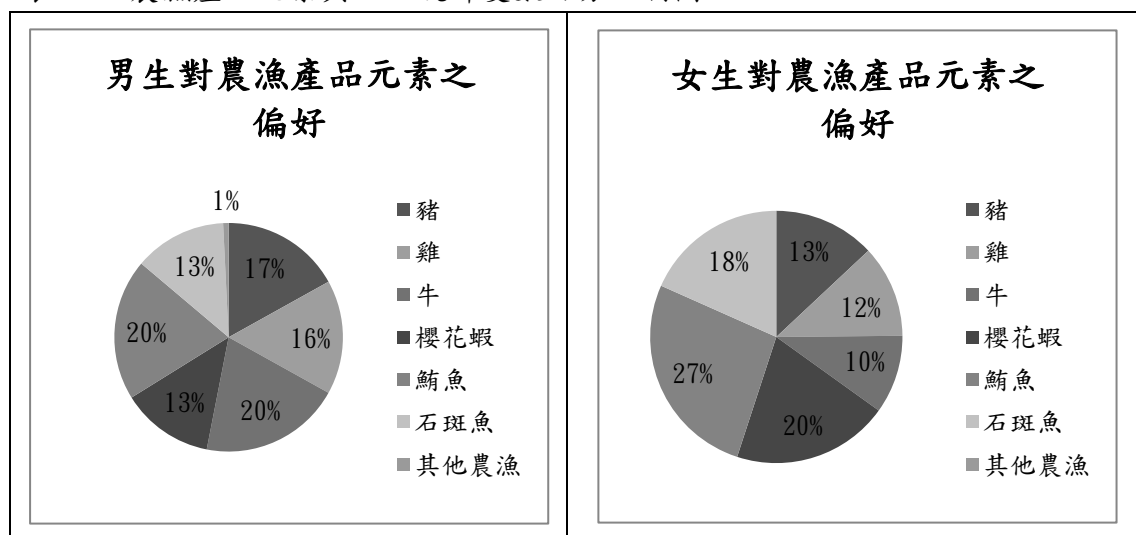
表 3-4 農漁產品元素與人口統計變數的關係

農漁元素		豬	雞	牛	櫻花蝦	鮪魚	石斑魚	其他農漁
人口統計變數	性別							
	男	22	21	26	17	26	17	1
	女	22	20	17	34	45	31	0
	總和	44	41	43	51	71	48	1

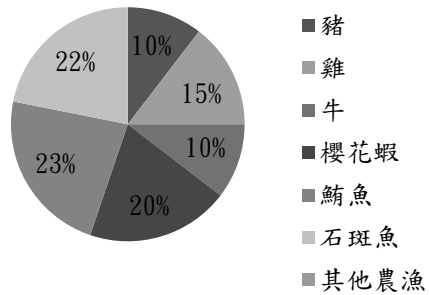
年齡	15~未滿 18 歲	1	2	2	6	8	5	0
	18~未滿 22 歲	28	28	26	24	42	29	0
	22~未滿 25 歲	6	8	7	7	7	4	1
	25(含)歲以上	9	3	8	14	14	10	0
	總和	44	41	43	51	71	48	1
可支配所得	3000(含)元以下	10	14	10	19	22	21	0
	3001~5000 元	7	6	4	9	14	7	0
	5001~7000 元	4	4	4	5	8	4	0
	7001(含)元以上	23	17	25	18	27	16	1
	總和	44	41	43	51	71	48	1
職業	學生	33	33	31	33	54	37	0
	服務業	3	4	5	6	3	3	1
	製造業	2	2	1	2	2	5	0
	軍警公教人員	2	0	2	6	7	0	0
	待業中	2	2	2	1	1	1	0
	其他：	2	0	2	3	4	2	0
	總和	44	41	43	51	71	48	1

資料來源：本組整理

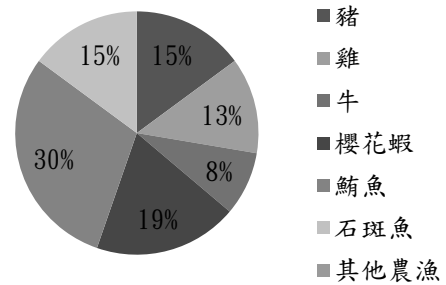
表 3-5 農漁產品元素與人口統計變數百分比利圖



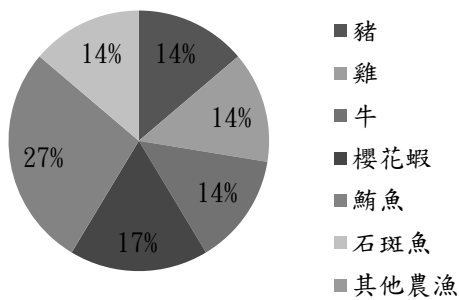
可支配所得:3000(含)元以下對農漁產品元素之偏好



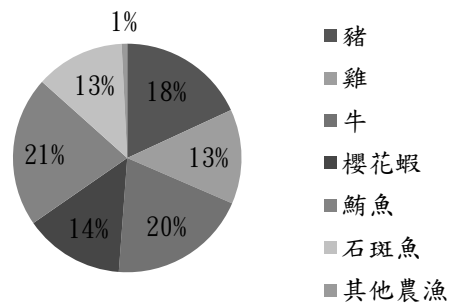
可支配所得:3001~5000元對農漁產品元素之偏好



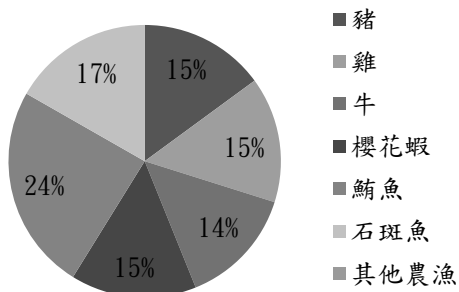
可支配所得:5001~7000元對農漁產品元素之偏好



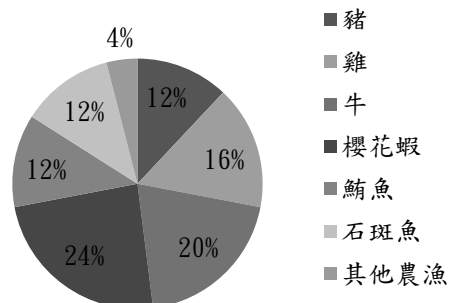
可支配所得:7001(含)元以上對農漁產品元素之偏好

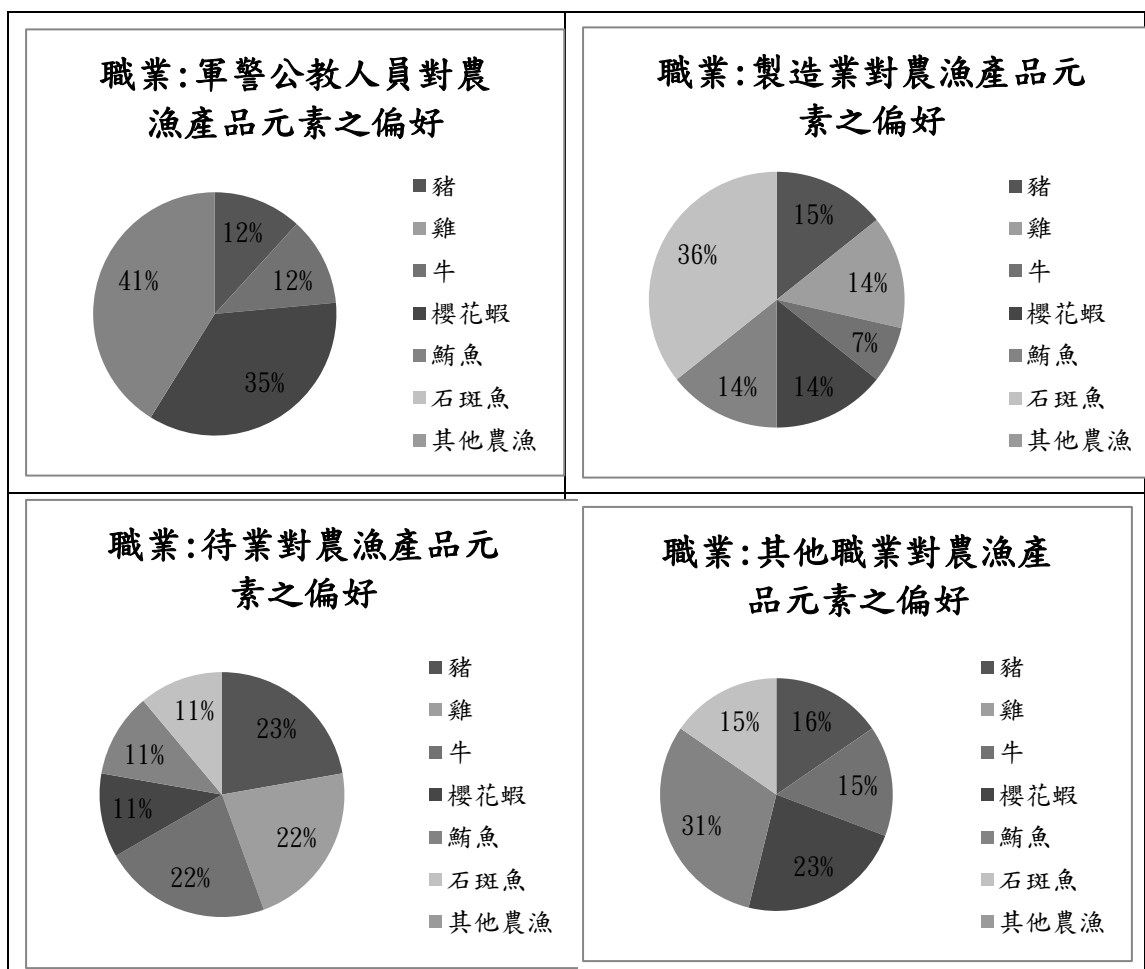


職業:學生對農漁產品元素之偏好



職業:服務業對農漁產品元素之偏好





資料來源：本組整理

(二) 進入市場的可行性：

1. 民眾前往主題餐廳意願

由表 3-6 得知，民眾前往主題餐廳用餐意願高。

表 3-6 主題用餐與人口統計變數的關係

主題用餐 人口統計變數		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
性別	男	1	5	30	33	21
	女	2	7	64	107	30
	總和	3	12	94	140	51
年齡	15~未滿 18 歲	2	6	14	26	12
	18~未滿 22 歲	1	4	58	78	22
	22~未滿 25 歲	0	0	9	12	10
	25(含)歲以上	0	2	13	24	7

	總和	3	12	94	140	51
可支配所得	3000(含)元以下	2	7	44	65	21
	3001~5000 元	1	2	18	26	10
	5001~7000 元	0	1	6	15	5
	7001(含)元以上	0	2	26	34	15
	總和	3	12	94	140	51
職業	學生	3	10	78	108	38
	服務業	0	1	7	17	7
	製造業	0	0	2	2	2
	金融業	0	1	2	2	0
	軍警公教人員	0	0	4	3	2
	待業中	0	0	0	3	2
	其他：	0	0	1	5	0
	總和	3	12	94	140	51

資料來源：本組整理

2. 性別部分：

女性有 95.8%是願意到主題餐廳，男性則有 93.3%願意到主題餐廳用餐。

3. 年齡部分：

意願最高為 22~未滿 25 歲願意到主題餐廳用餐佔 100%，其次是 18~未滿 22 歲佔 97%，25(含)歲以上佔 95.72%，15~未滿 18 歲佔願意到主題餐廳用餐為 86.6%。

4. 可支配所得部分：

所得部分意願最高是 7001(含)元以上佔 97.4%，其次是 5001~7000 元佔 96.3%，3001~5000 元佔 94.7%，3000(含)元以下願意到主題餐廳用餐佔 93.6%。

5. 職業部分：

問卷統計裡製造業、金融業、軍警公教人員、其他職業跟待業中民眾願意到主題餐廳用餐的意願都佔 100%，服務業願意到主題餐廳用餐的比率佔

96.9%，學生佔 94.5%，金融業願意到主題餐廳用餐佔 80%。

（三） 市場可行性之結論：

大學生的用餐習慣大多是以學校附近餐館就近處理，屏東小餐館的位置大多設立於市區。在屏商校區與民生校區之間，主題餐廳數量顯少，且未有以水果為主題的餐廳。

根據本次問卷調查的結果顯示，願意到主題餐廳用餐的客群大多為女性，年齡以 18~22 歲居多，職業以學生為主，食材部分能就近取得，本專題研究小組覺得這是一大契機。

二、 經濟可行性

經費需求計算項目包括固定成本、變動成本及營業費用，如表 3-7 所示：

表 3-7 經濟可行性分析

(開店當月)

經費需求	項目	備註	小計	合計
固定成本	店內裝潢	油漆粉刷、桌椅	\$539,900	
	機器設備	冰箱、流理台、冷氣、餐具、抽油煙機、瓦斯爐、廚具、飲料桶、大鍋子	\$124,200	
	其他成本	店租、營業許可證、記帳費用	\$596,000	\$1,260,100
變動成本	菜	一道菜\$5，三道菜，一個月 5481 份	\$82,215	
	雞排	一片\$20，一個月 1,261 份	\$25,220	
	豬排	一片\$15，一個月 1,919 份	\$28,785	
	牛排	一片\$20，一個月 1,590 份	\$31,800	
	魚排	一片\$20，一個月 713 份	\$14,260	
	芒果	一份\$20，一個月 2,741 份	\$54,820	
	鳳梨	一份\$15，一個月 1,645 份	\$24,675	
	蓮霧	一份\$20，一個月 1,097 份	\$21,940	
	玉米濃湯	一包\$100，一個月 5 包	\$500	
	紅茶	一包\$180，一個月 3 包	\$540	
	鮮柚醬	一罐\$280，一罐用兩個月	\$140	
	綜合茶凍	一包\$3，一個月 1075 包	\$3,225	
	瓦斯	一桶\$700，一個月 6 桶	\$4,200	\$292,320
營業費用	店租	月租固定	\$45,000	
	人事	一人\$30,000，共六人	\$180,000	
	水電費	一個月水費 \$ 5,000 + 電費\$10,000	\$15,000	\$240,000
總需求額				\$1,792,420

經費來源:由本專題之六位夥伴各自籌備\$70,000，共計\$4,200,000

三、 技術可行性

技術可行性方面包括：餐點、食材、人力、原料技術提供者、地點與

裝潢。

(一) 餐點：

1. 主餐：

(1)鮮炸主菜：魚排、豬排、雞排、牛排。

(2)鮮燴水果：以芒果、鳳梨及蓮霧為主。

2. 副餐：玉米濃湯、鮮柚紅茶、綜合茶凍。

(二) 食材：

採用屏東當地新鮮水果及海鮮，分別自麟洛果菜市場及東港華僑市場批量進貨。

(三) 產品別分配技術人力如下：

1. 主餐：曾議巧、陳邑瑄、盧耿見、張毅鎰

2. 副餐：張芷夢、王宇潔

(四) 原料技術提供者：

原料與技術提供者包括餐點廚藝、海鮮、水果，內容如表 3-8 原料技術提供者分配表。

表 3-8 原料技術提供者分配表

原料與技術	提供者
餐點廚藝	曾議巧、張芷夢、陳邑瑄、王宇潔、盧耿見、張毅鎰
海鮮(魚)	東港華僑市場
水果	麟洛果菜批發市場

資料來源:本組討論結果

(五) 地點：

屏東縣屏東市民生路 4-10 號，屏東演藝廳對面。

(六) 裝潢：(請參考附錄)

根據問卷分析結果發現，大多數人對於用餐環境偏好舒適自在與服務良好。於是本主題餐廳裝潢將採用屏東特產水果花樣裝飾牆面，使消費者一進入餐廳內就感受到餐廳的主題重點，並且搭配空間布置，以營造出可使消費者自由拍照，不用拘泥於其他用餐者的舒適空間。

第三節 SWOT 策略分析與 STP

一、SWOT 內部環境分析分為：

由於屏東大學附近因政府的建設方案而逐漸形成商圈，許多商店在此紛紛設立，其中餐館為激烈的競爭。以下為優勢(S)、劣勢(W)、機會(O)、威脅(T)，分析本專題主題餐廳與其他餐廳相較下，在屏商校區與民生校區之間開設餐廳下握有的優勢以及自身的劣勢。詳細見表 3-9 SWOT 環境分析表。

表 3-9 SWOT 環境分析表

內部環境 外部環境	優勢(S)	劣勢(W)
	➤ 地點佳，位於屏東大學校區之間，是師生們活動地帶。 ➤ 食材在地化，降低運送成本與時間，提升新鮮度。	➤ 食材具有季節性，無法四季供應一樣產品。 ➤ 非季節時期成本將會提高。
機會(O)	SO 策略	WO 策略
➤ 屏東目前未有以水果為主題的餐廳。 ➤ 本餐廳選址具有未來發展性，為政府規劃未來商區。 ➤ 為大多觀光客前往墾丁經過的休息地點。	● 結合屏東在地農產品，使當地居民、學生，或是觀光客都可以體驗到屏東的特產。 ● 演藝廳與大學城之結合，帶動附近商圈。	● 供應將以季節水果為主，搭配四季皆產出之水果。 ● 位置將為更多人潮聚集地，有助於提高營業額，以負擔非季節時期高成本問題。
威脅(T)	ST 策略	WT 策略
➤ 鄰近餐飲業者多，競爭激烈。 ➤ 每年自然災害無法估計食材成本。	● 利用低成本，使消費者與別處相比，將感到物美價廉。 ● 以促銷方式增加銷售量，以求抵銷掉因災害發生的食材成本提高問題。	● 食材成本可先與多家廠商洽談，相比較出兩間成本較低的，後簽約，以穩定成本價格。 ● 面對競爭者，可以推出季節與非季節時期的促銷方案。

資料來源：本組整理

二、 STP 外部環境分析

（一） S（市場區隔）：

不同於一般的餐飲業，我們主要是以屏東在地文化—水果元素做為本餐廳的特色；在市場區隔上採用人口統計變數做為區隔。

（二） T（目標市場）：

在目標市場選擇上採取問卷便利抽樣，鎖定年齡為 18～未滿 22 歲、教育程度為大學、職業為學生、每月可支配所得 3000(含)元以下的消費族群，以及對屏東在地食材極感興趣前去品嚐的消費者。

（三） P（市場定位）：

針對目標市場在產品特色定位上，以推廣屏東在地文化為主體，打造屏東風情的主題餐廳，並提供特色餐點，例如：以鮮燴水果方式搭配主餐，讓其能更了解屏東的飲食風格；結合在地食材形成我們產品的差異化，進而刺激目標市場之消費意願。

第四章 行銷策略

第一節 行銷組合－產品

以屏東在地文化為主軸之主題餐廳的屏東特色調查結果，選擇以在地水果放入餐點中為多數，見表 4-1。

表 4-1 選擇之水果總類表

人口 統計變數 \ 水果	蓮霧	愛文 芒果	土芒 果	鳳梨	木瓜	蜜棗	其他 水果	總和
總和	91	121	49	43	42	25	25	153

根據資料顯示，水果以芒果為居多其次為蓮霧與鳳梨。用餐模式以簡餐類為多數人選擇，見表 4-2。

表 4-2 簡餐類之選擇人數表

人口 統計變數 \ 簡餐	豬排 類	雞排 類	牛排 類	羊排 類	魚排 類	海鮮 類	素食 類	總和
總和	70	106	88	21	26	103	14	186

根據資料顯示，簡餐種類以雞排類為居多其次為海鮮類、牛排類以及豬排類。

參考資料分析結果之決策重點為下列：

1. 主餐類:提供豬排、雞排、牛排及海鮮類，4 種主菜供客人做挑選。
2. 水果則以蓮霧、芒果及鳳梨，3 種水果以鮮燴方式入菜，提供客人多達 12 種不同組合，依自己喜好作搭配。
3. 副餐:店內提供濃湯、鮮柚紅茶以及甜點果凍隨餐附贈，濃湯跟鮮柚紅茶無限量供應。

表 4-3 產品類型

主餐 水果	豬排	雞排	牛排	海鮮
蓮霧	豬排蓮霧果醋	雞排蓮霧果醋	牛排蓮霧果醋	海鮮蓮霧果醋
芒果	豬排芒果鮮燴	雞排芒果鮮燴	牛排芒果鮮燴	海鮮芒果鮮燴
鳳梨	豬排鳳梨鮮燴	雞排鳳梨鮮燴	牛排鳳梨鮮燴	海鮮鳳梨鮮燴

資料來源：本組整理

✧ 隨餐附贈甜點果凍

✧ 副餐：濃湯、鮮柚紅茶 無限暢飲

第二節 行銷組合—價格

以屏東在地文化為主軸之主題餐廳的消費行為價格因素，主要影響因素項目，包括可接受價格、購買因素(數量折扣)、購買因素(折價券)、購買因素(早鳥優惠)、購買因素(離峰優惠)、購買因素(團體打折)及購買因素(外帶服務)，見表 4-4。

表 4-4 消費行為的價格因素表

項目	特徵變數	人數	百分比(%)	項目	特徵變數	人數	百分比(%)
包括可接受價格	100 以下	30	10	購買因素-離峰優惠	非常同意	62	20.7
	101-200	105	35		同意	132	44
	201-300	116	38.7		普通	88	29.3
	301-400	38	12.7		不同意	18	6
	401-500	9	3				
	501 以上	2	0.7				
購買因素-數量折扣	非常同意	94	31.3	購買因素-團體打折	非常同意	69	23
	同意	134	44.7		同意	131	43.7
	普通	60	20		普通	82	27.3
	不同意	11	3.7		不同意	15	5
	非常不同意	1	0.3		非常不同意	3	1
購買因素-折價券	非常同意	103	34.3	購買因素-外帶服務	非常同意	46	15.3
	同意	144	48		同意	142	47.3
	普通	50	16.7		普通	92	30.7
	不同意	3	1		不同意	17	5.7
					非常不同意	3	1

購 買 因 素- 早 鳥 優 惠	非常同意	54	18	
	同意	115	38.3	
	普通	108	36	
	不同意	22	7.3	
	非常不同意	1	0.3	

資料來源：本組整理

根據資料顯示，以屏東在地文化為主軸之主題餐廳的消費行為價格因素為下：

- ◆ 可接受價格以 100-300 元為居多。
- ◆ 購買因素(數量折扣)以同意(44.7%)為居多。
- ◆ 購買因素(折價券)以同意(48%)為居多。
- ◆ 購買因素(早鳥優惠)以同意(38.3%)為居多。
- ◆ 購買因素(離峰優惠)以同意(44%)為居多。
- ◆ 購買因素(團體打折)以同意(43.7%)為居多。
- ◆ 購買因素(外帶服務)以同意(47.3%)為居多。

參考資料分析結果之決策重點為下列：

1. 產品價格訂在 110 元。
2. 四人（含）以上內用 9 折，十人(含)以上內用 8 折。
3. 消費滿 500 送 50 元折價券。
4. 購買餐券十張（含）以上享 9 折優惠，五十張（含）以上享 8 折優惠。
5. 非用餐時段享 9 折優惠。
6. 提供外帶服務讓客人在家也能夠享受我們的餐點。

本店將採行的策略為下列二點：

1. 產品價格訂在 100 元。
2. 非用餐時段享 9 折優惠

第三節 行銷組合—通路

以屏東在地文化為主軸之主題餐廳的消費行為通路因素包括消費意願(服務態度)、激勵因素(架設網站)、激勵因素(網路評價)、激勵因素(網友推薦)、

消費意願（用餐環境）、消費意願（音樂）之調查，其內容見表 4-5。

表 4-5 消費行為的通路因素表

項目	特徵變數	人數	百分比 (%)	項目	特徵變數	人數	百分比 (%)
激勵因素- 網友推薦	非常同意	77	25.7	消費意願- 服務態度	非常同意	183	61
	同意	135	45		同意	108	36
	普通	80	26.7		普通	8	2.7
	不同意	7	2.3		不同意	1	0.3
	非常不同意	1	0.3				
激勵因素- 架設網站	非常同意	95	31.7	消費意願- 用餐環境	舒適自在 服務良好	205 202	複選題 不計百 分比
	同意	138	43.3				
	普通	60	20				
	不同意	14	4.7				
	非常不同意	1	0.3				
激勵因素- 網路評價	非常同意	87	29	消費意願- 音樂	輕音樂	174	複選題 不計百 分比
	同意	146	48.7		抒情樂	151	
	普通	59	19.7		華語流行	145	
	不同意	7	2.3				
	非常不同意	1	0.3				

資料來源：本組整理

根據資料顯示，以屏東在地文化為主軸之主題餐廳的消費行為通路因素：

- ◆ 激勵因素（網友推薦）而言，主要為同意(45%)為居多。
- ◆ 激勵因素（架設網站）而言，主要為同意(43.3%)為居多。
- ◆ 激勵因素（網路評價）而言，主要為同意(48.7%)為居多。
- ◆ 消費意願（服務態度）而言，主要為非常同意(61%)為居多。
- ◆ 消費意願（用餐環境）而言，主要為舒適自在(205 人〔複選題不計百分比〕)為居多。
- ◆ 消費意願（音樂）而言，主要為輕音樂(174 人〔複選題不計百分比〕)為居多。

參考資料分析結果之決策重點為下列：

1. 本店應有良好的服務態度，提供客人賓至如歸的用餐體驗。
2. 在網路上架設本店的網站，以提高本餐廳的曝光率。

3. 提供舒適自在的用餐環境與良好的服務，盡心為顧客創造愉快的用餐氣氛。
4. 在店內播放輕音樂與抒情樂，讓每位光臨的顧客擁有自在輕鬆的用餐感受。
5. 餐後請顧客自由填寫問卷，請顧客對於店內不足的地方提供意見並改進。

本店將採行的策略為上述五點。

第四節 行銷組合－促銷

以屏東在地文化為主軸之主題餐廳的消費行為促銷因素包括訊息來源、消費意願（送小點心）、消費意願（折價券）、消費意願（打卡打折）、消費意願（團體折扣）、消費意願（滿額折現）、消費意願（競賽抽獎）之調查，其內容如表4-6。

表 4-6 消費行為的促銷因素表

項目	特徵變數	人數	百分比 (%)	項目	特徵變數	人數	百分比 (%)
訊息來源	親友推薦 網路	172 158	複選題 不計百分比	消費意願-團體折扣	非常同意	46	15.3
					同意	144	48
					普通	89	29.7
					不同意	17	5.7
					非常不同意	4	1.3
消費意願-送小點心	非常同意	69	23	消費意願-滿額折現	非常同意	52	17.3
	同意	150	50		同意	144	48
	普通	69	23		普通	86	28.7
	不同意	9	3		不同意	16	5.3
	非常不同意	3	1		非常不同意	2	0.7
消費意願-折價券	非常同意	71	23.7	消費意願-競賽抽獎	非常同意	59	19.7
	同意	171	57		同意	111	37
	普通	54	18		普通	94	31.3
	不同意	3	1		不同意	28	9.3
	非常不同意	1	0.3		非常不同意	8	2.7

消費意願- 打卡 打折	非常同意	79	26.3	
	同意	157	56.3	
	普通	53	17.7	
	不同意	8	2.7	
	非常不同意	3	1	

資料來源：本組整理

根據資料顯示，以屏東在地文化為主軸之主題餐廳的消費行為促銷因素為下列：

- ◆ 訊息來源而言，主要為親友推薦(172人〔複選題不計百分比〕)為居多，其次為網路(158人〔複選題不計百分比〕)。
- ◆ 消費意願（送小點心）而言，主要為同意(50%)為居多。
- ◆ 消費意願（折價券）而言，主要為同意(57%)為居多。
- ◆ 消費意願（打卡打折）而言，主要為同意(56.3%)為居多。
- ◆ 消費意願（團體折扣）而言，主要為同意(48%)為居多。
- ◆ 消費意願（滿額折現）主要為同意(48%)為居多。
- ◆ 消費意願（競賽抽獎）主要為同意(37%)為居多。

參考資料分析結果之決策重點為下列：

1. 把握每位上門的顧客並搭配網路宣傳讓本店的知名度與曝光率提高。
2. 贈送小點心給每位用完餐的顧客。
3. 利用折價券的方式，提高顧客再次前往本店消費的意願。
4. 藉由 Facebook 打卡讓本店能出現在該顧客的動態上藉此提高曝光度，並讓顧客享有折扣提高消費意願。
5. 對於團體用餐的客人有團體折扣優惠，讓顧客帶動人潮光臨本店。
6. 滿額折扣，提高顧客消費到一定金額的意願。
7. 舉辦遊戲競賽與抽獎活動，增添趣味讓顧客擁有不同的用餐體驗。

本店將採行的策略為下列三點：

1. 把握每位上門的顧客並搭配網路宣傳讓本店的知名度與曝光率提高。
2. 贈送小點心給每位用完餐的顧客。
3. 利用折價券的方式，提高顧客再次前往本店消費的意願。

第五章 財務計畫

第一節 財務計畫

一、 營業收入

本小組藉由損益兩平銷售量之估算法〔（固定成本\$1,260,100+利潤\$2,160,000）/（價格\$110-平均變動成本\$58）〕，計算出每月餐點大約為5481份，因此估計一年餐點量為65,772份。又根據問卷調查可推算雞、豬、牛、海鮮的比例分配約為23%、35%、29%、13%，為我們主餐的客數分配。開店時間分午餐及晚餐兩個時段，故總餐點數除二為各時段應售的銷售量。

另外依據表5-1 敏感度分析決策，影響收入的因素共有五項，其中減少因素為寒暑假、豬腳節、春吶，其各佔比例為25%、5%、5%，因寒暑假期間較長，約為三個月，而豬腳節和春吶期間較短，大約數天之活動，因此寒暑假變動較大；增加因素為演藝廳活動、音樂季，演藝廳所佔比例為20%，因舉辦次數頻繁，音樂季所佔比例15%。

表 5-1 敏感度分析

變動因素	收入變動	投資變動	成本變動
影響因素	影響值	影響值	影響值
減少因素			
春吶	-5%	—	-5%
豬腳節	-5%	—	-5%
寒暑假	-25%	—	-25%
增加因素			
演藝廳活動	+20%	—	+20%
音樂季	+15%	—	+15%

資料來源：本組估算資料

根據上述敏感度分析與問卷調查結果，並搭配損益兩平銷售量（註一）計算出營業收入，如表5-2 營業收入。

表 5-2 營業收入

(以年為計算單位)

		年客數	單價	合計
簡餐	午餐			
	雞	65, 772/2*23%=7, 564	\$110	\$832, 016
	豬	65, 772/2*35%=11, 511	\$110	\$1, 266, 210
	牛	65, 772/2*29%=9, 537	\$110	\$1, 049, 070
	海鮮	65, 772/2*13%=4, 275	\$110	\$470, 270
	晚餐			
	雞	65, 772/2*23%=7, 564	\$110	\$832, 016
	豬	65, 772/2*35%=11, 511	\$110	\$1, 266, 210
	牛	65, 772/2*29%=9, 537	\$110	\$1, 049, 070
	海鮮	65, 772/2*13%=4, 275	\$110	\$470, 270
	總計	\$7, 235, 131		

註一：〔（固定成本\$1,260,100+利潤\$2,160,000）/（價格\$110-平均變動成本\$58）〕=65,772

資料來源：本組估算資料

二、 固定成本

開店的開銷分為固定及變動成本。固定成本為開店應當所需投入的必要成本，表 5-3 為投入項目及金額，大多為機器設備以及餐廳所需的餐具。而變動成本將由表 5-4 做說明。

表 5-3 固定成本

(以年為計算單位)

項目	計算	合計
1. 裝潢	\$500,000	\$500,000
2. 桌椅	\$3,990*10	\$39,900
3. 機器設備	\$65,500	\$65,500
4. 流理臺	\$8,500	\$8,500
5. 抽油煙機	\$7,500	\$7,500
6. 瓦斯爐	\$6,800	\$6,800
7. 廚具	鍋\$690*3+刀\$120+砧板\$200	\$2,390
8. 飲料桶	\$500	\$500
9. 大鍋子	\$800*3	\$2,400

10. 碗	\$14*60	\$840
11. 杯	\$4*60	\$240
12. 筷	\$23*30	\$690
13. 盤	\$39*60	\$2,340
14. 冷氣	\$26,500	\$26,500
15. 店租	\$45,000*12 月	\$540,000
16. 營業許可證	會計師代辦 \$20,000	\$20,000
17. 記帳費用	\$3,000*12 月	\$36,000
總計		\$1,260,100

資料來源：本組估算資料

三、 變動成本

變動成本大致分成肉類及水果兩大部分。因餐點設計因素，飯跟配菜每份餐點是固定的量，而肉類及水果則以問卷調查之數據下去分配，由表 5-4 變動成本做說明。

表 5-4 變動成本 (以年為計算單位)

	計算	合計
食材		
飯(碗)	\$5*65,772	\$ 328,860
菜	\$5*3 份*65,772	\$ 986,580
肉		
雞排	\$20*65,772*23%	\$ 302,551
豬排	\$15*65,772*35%	\$ 345,303
牛肉	\$20*65,772*29%	\$ 381,478
魚排	\$20*65,772*13%	\$ 171,007
水果		
芒果	\$20*65,772*50%	\$ 657,720
鳳梨	\$15*65,772*30%	\$ 295,974
蓮霧	\$20*65,772*20%	\$ 263,088
副餐		
玉米濃湯	\$100*5 包*12 月	\$ 6,000
紅茶	\$180*3 包*12 月	\$ 6,480
鮮柚醬	\$280*6 月	\$ 1,680
綜合茶凍	\$3*12900 包	\$ 25,800
其他		

瓦斯費	\$700*6 桶*12 月	\$ 50,400
總計		\$ 3,822,921

資料來源：本組估算資料

四、 營業費用

實際訪查結果水電費用每個月約 15,000 元（水費\$5,000+電費\$10,000），而租金落在 45,000 元，薪資費用（含保費）是以每人 30,000 元/月計算，雇用 6 位員工。以下表 5-5 營業費用，為開店的營業基本支出。

表 5-5 營業費用（以年為計算單位）

	計算	合計
水電費用	\$15,000/月*12	\$180,000
薪資支出（含保費）	\$30,000*6 人/月*12	\$2,160,000
租金支出	\$45,000/月*12	\$540,000
總計		\$2,880,000

資料來源：本組估算資料

第二節 預估損益表

一、 預估損益表

整年度營業收入扣除銷貨成本剩餘\$3,462,610 元的銷貨毛利，銷貨毛利再扣除營業費用與機器設備與器材的折舊後為\$570,190 元，扣除營業稅\$28,510 元，淨賺\$541,681 元。

表 5-6 預估損益表

項目	小計	合計
營業收入		\$7,235,131
銷貨成本		
食材原料費用	\$3,772,521	
總銷貨成本		\$3,772,521
銷貨毛利		\$3,462,610
營業費用		
水電費用	\$180,000	
人事費用	\$2,160,000	
租金費用	\$540,000	
總營業費用		\$2,880,000
折舊費用	\$12,420	\$12,420

稅前淨利	\$570,190
營業稅(5%)	\$28,510
稅後淨利	\$541,681

資料來源：本組估算資料

第三節 預估資產負債表

一、 預估資產負債表

股本主要是由本小組六人出資 420 萬元，而購買機器設備則會造成一筆折舊金額 12,420 元。創業初期本小組採取個人投資，因此無負債之金額；另外存貨為每年預估之購買食材金額。

表 5-7 預估資產負債表

項目	小計	合計
現金	\$817,480	\$817,480
存貨	變動成本（不含瓦斯費）=\$3,772,521	\$3,772,521
廚具設備	固定成本 4~13 項目之和=\$32,200	\$32,200
機器設備	機器設備\$65,500+冷氣\$26,500	\$92,000
桌椅	\$3,990*10	\$39,900
累計折舊	為廚具設備和機器設備，10 年，無殘值	\$12,420
資產總額		\$4,741,681
負債總額		\$0
股本	\$700,000*6	\$4,200,000
保留盈餘	\$541,681	\$541,681
股東權益總額		\$4,741,681

資料來源：本組估算資料

第四節 產品及價目

主餐形式為豬、雞、牛、魚排+芒果/鳳梨/蓮霧鮮燴；副餐為玉米濃湯、鮮柚紅茶、以及綜合茶凍。

主餐的價格均為 110 元，每份主餐皆附上玉米濃湯、鮮柚紅茶、以及小點心

-綜合茶凍。下表是本餐廳菜單目錄：

表 5-8 菜單目錄

主餐	價格	主餐	價格
豬排芒果鮮燴	\$110	豬排鳳梨鮮燴	\$110
雞排芒果鮮燴	\$110	雞排鳳梨鮮燴	\$110
魚排芒果鮮燴	\$110	魚排鳳梨鮮燴	\$110
牛排芒果鮮燴	\$110	牛排鳳梨鮮燴	\$110
豬排蓮霧果醋	\$110	魚排蓮霧果醋	\$110
雞排蓮霧果醋	\$110	牛排蓮霧果醋	\$110
副餐			
玉米濃湯			
鮮柚紅茶			
綜合茶凍			
(以上餐點隨主餐附贈)			

資料來源：本組整理

以下是本餐廳廣告單：



圖 5-1 餐廳廣告單

第五節 創意過程

創意過程依序為創意發想、決定主題、工作分配、資料蒐集、創意內容構想、發放問卷、問卷分析、書面撰寫、校稿、排練。期間為一學年（2014 年 4 月至 2015 年 1 月），如圖 5-2 所示。

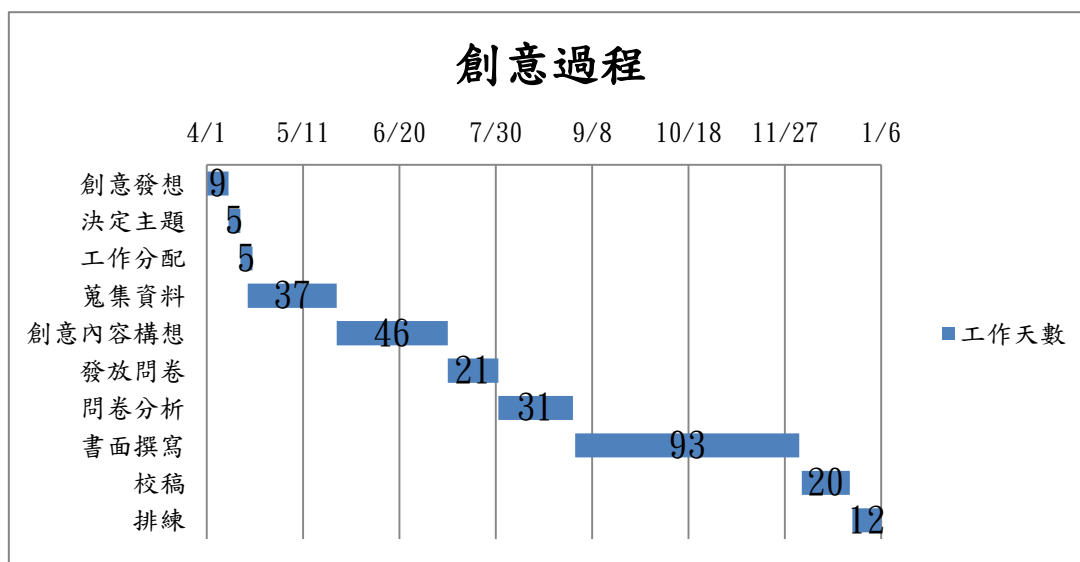


圖 5-1 創意過程

第六節 甘特圖

甘特圖的任務項目依序為創意企劃、財務規劃、人力資源規劃、產品開發、軟硬體規劃、確定店址、裝潢設計、店面開幕，如圖 5-2 所示。

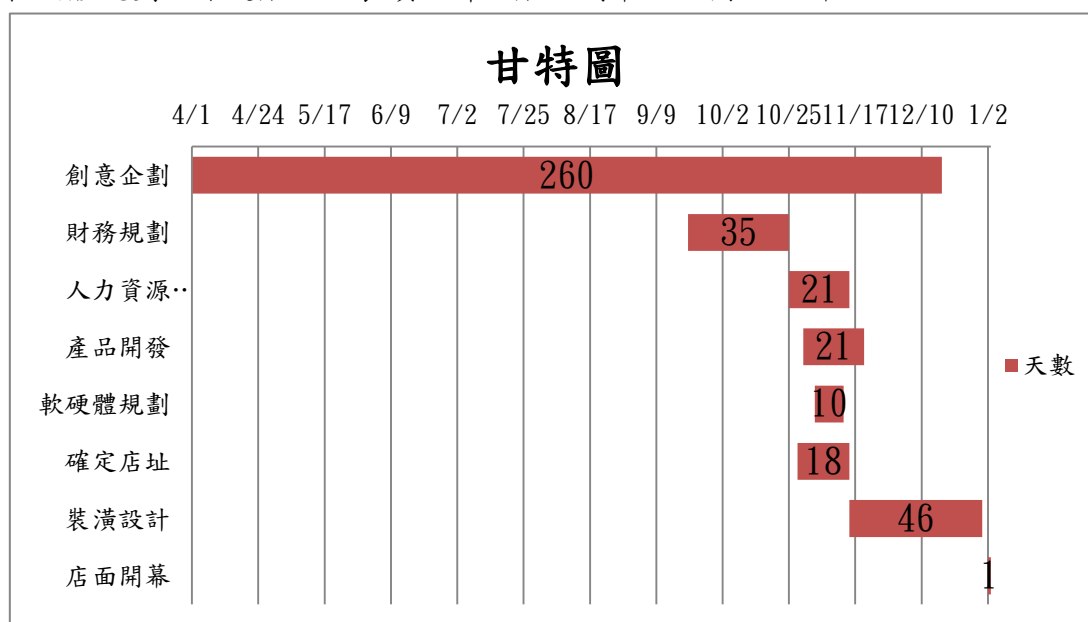


圖 5-2 甘特圖

第六章 結論

根據研究結果顯示，結合在地文化的主題餐廳對店家而已不僅能夠使消費者獲得前所未有的消費體驗，也可以獲得更多消費者的好奇心前往嚐鮮，而對於本地區域而言則是可以用行銷在地文化、推廣在地特有的特產並達到增加光觀收入之目的，在節省成本又必須考慮獲利以及提供一定水平的服務的餐飲業而言，無疑是在一片價格廝殺的紅海中找到通往藍海的一條道路。

據本專題動機調查結果(請參考表 6-1 水果選擇之總類表)發現芒果、鳳梨以及蓮霧是最受歡迎，這幾樣都是屏東當地盛產的水果，對於採取低成本有很大的幫助，此外調查結果顯示具有差異化的主餐設計能夠明顯提升消費者的消費意願，結合此兩項因素選擇開一家水果主題餐廳。對於促銷方面應適用於不同期間搭配不同的促銷活動(EX. 父親節消費能享 88 折優惠…)增加消費者的購買意願，保持再次光臨的理由，而店家應費心思考如何在中低價位提供讓顧客物超所值的產品或服務。

表 6-1 水果選擇之總類表

水果 人口 統計變數	蓮霧	愛文 芒果	土芒 果	鳳梨	木瓜	蜜棗	其他 水果	總和
總和	91	121	49	43	42	25	25	153

資料來源：本組整理

研究目的經過本專題研究後歸納出以下三點：

1. 創意文化：以屏東在地文化與物產結合餐廳經營對於消費者是具有吸引力的。
2. 創意料理：消費者對於以水果入菜的接受度是高且願意嘗試的。
3. 屏東大學兩校區(屏商、民生)學生對於平價主題餐廳是有消費意願的。
4. 促進屏東文化產品的行銷。

附錄

一、裝潢可行性：

1. 消費者偏好的用餐環境

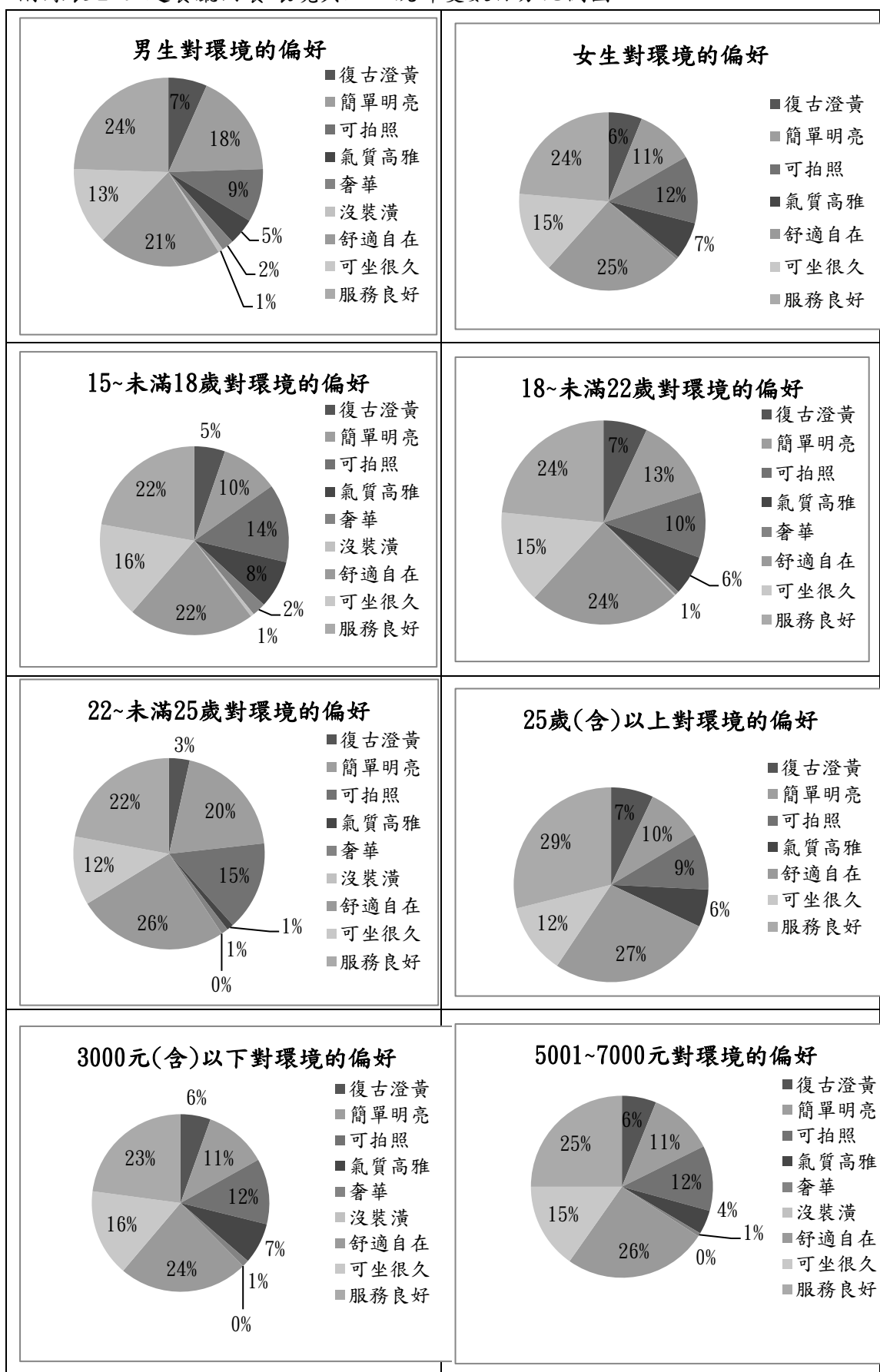
由下表得知，民眾較偏好舒適自在與服務良好之主題餐廳環境。為配合民眾需求，本組討論將採用各式屏東特產水果花樣裝飾牆面，使消費者一進入餐廳內就感受到餐廳的主題重點，並且搭配空間布置，以營造出可使消費者自由拍照，不用拘泥於其他用餐者的舒適空間。

附錄表 1 主題餐廳用餐環境與人口統計變數的關係

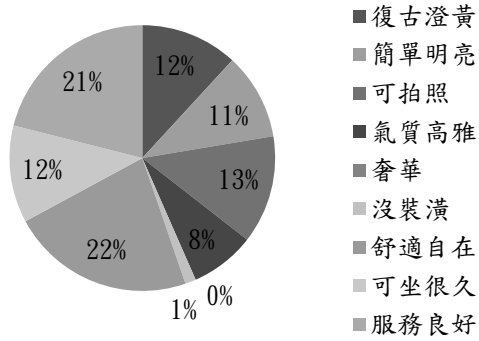
用餐環境 人口統計變數		復古 澄黃	簡單 明亮	可拍 照	氣質 高雅	奢 華	沒裝 潢	舒適 自在	可坐 很久	服務 良好
性 別	男	16	43	22	11	5	2	51	32	59
	女	37	64	74	41	3	0	154	89	143
	總和	53	107	96	52	8	2	205	121	202
年 齡	15~未滿 18 歲	9	17	23	14	4	1	37	28	38
	18~未滿 22 歲	32	61	48	29	3	1	111	68	108
	22~未滿 25 歲	3	17	13	1	1	0	22	10	19
	25(含)歲以上	9	12	12	8	0	0	35	15	37
	總和	53	107	96	52	8	2	205	121	202
可 支 配 所 得	3000(含)元以下	22	46	48	30	5	0	95	64	92
	3001~5000 元	10	19	19	7	1	0	42	25	41
	5001~7000 元	9	8	10	6	0	1	17	9	16
	7001(含)元以上	12	34	19	9	2	1	51	23	53
	總和	53	107	96	52	8	2	205	121	202
職 業	學生	45	85	77	45	8	2	153	101	152
	服務業	4	10	11	3	0	0	30	9	23
	製造業	3	1	1	1	0	0	2	3	6
	金融業	0	1	2	1	0	0	3	2	3
	軍警公教人員	1	4	3	0	0	0	8	3	8
	待業中	0	4	2	0	0	0	3	2	4
	總和	53	105	96	50	8	2	199	120	196

資料來源：本組整理

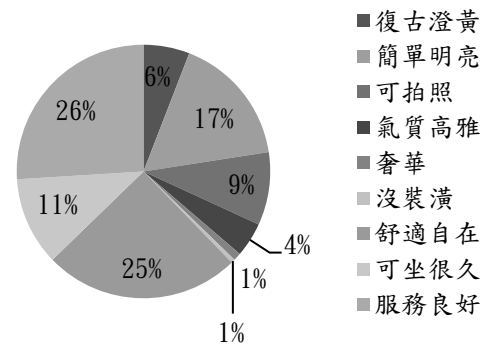
附錄表 2 主題餐廳用餐環境與人口統計變數百分比比例圖



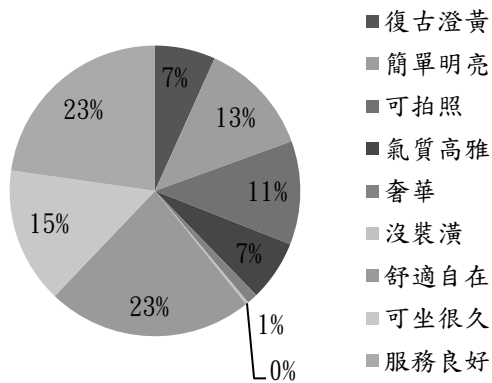
5001~7000元對環境的偏好



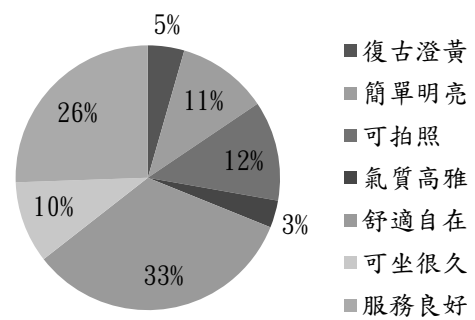
7001元(含)以上對環境的偏好



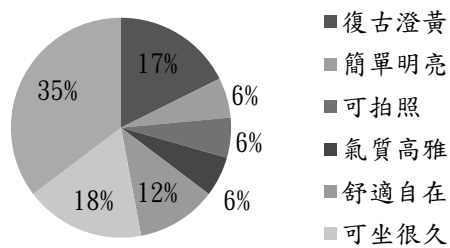
學生對環境的偏好



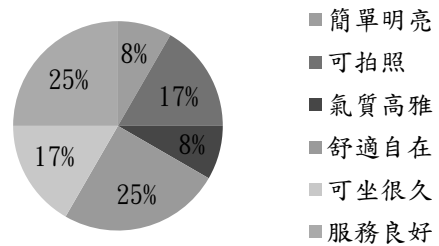
服務業對環境的偏好

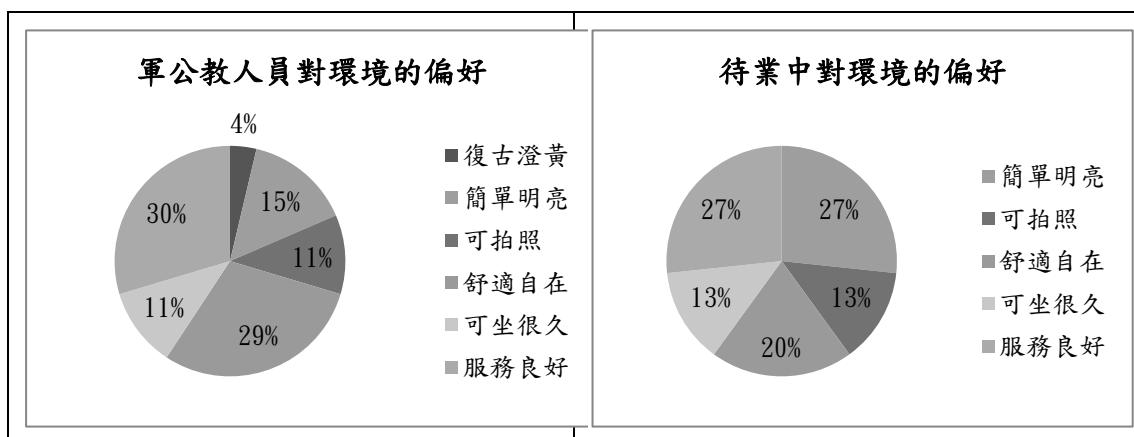


製造業對環境的偏好



金融業對環境的偏好





資料來源：本組整理

2. 性別部分：

女性有 25% 偏好舒適自在，24% 偏好服務良好；男性也有 21% 偏好舒適自在，24% 偏好服務良好。

3. 年齡部分：

在 15~未滿 18 歲中，舒適自在與服務良好皆佔 22%；而 18~未滿 22 歲之舒適自在與服務良好皆佔 24%；其次 22~未滿 25 歲舒適自在佔 26%，服務良好佔 22%，最後在 25 歲(含)以上舒適自在佔 27%，服務良好佔 29%。

4. 可支配所得部分：

7001(含)元以上服務良好佔 26%，舒適自在佔 25%；其次 5001~7000 元服務良好佔 21%，舒適自在佔 22%；3001~5000 元服務良好佔 25%，舒適自在佔 26%；最後 3000(含)元以下服務良好佔 23%，舒適自在佔 24%。

5. 職業部分：

問卷統計裡學生偏好舒適自在與服務良好都佔 23%；服務業偏好舒適自在佔 33%，服務良好佔 26%；製造業則是服務良好佔 35%，可以久坐（不限時間用餐）佔 18%；金融業之舒適自在和服務良好都佔 25%；軍警公教人員的舒適自在佔 29%，服務良好佔 30%，最後待業中民眾舒適自在佔 20%，服務良好佔 27%。

二、裝潢可行性之結論：

根據本次問卷調查結果顯示，消費者不敏感於用餐環境裝潢，不管是以性別、年齡、可支配所得或職業區分皆希望於舒適自在與服務良好之用餐環境用餐。

問卷調查表

親愛的受訪者，您好：

我們是國立屏東大學企業管理系的學生，這是一份學術性的研究問卷，其目的在於了解「以屏東在地文化為主軸之主題餐廳」消費型態。懇請您在百忙之中回答下列問題，不勝感激。

本問卷採用匿名的方式，一切資料僅供學術性研究統計，絕不會對外公開，敬請安心填答。問卷中所有問題均沒有標準答案，請依照您實際的感受與狀況回答，您的寶貴意見將使本研究更加完善。

敬祝

身體健康 諸事順心

國立屏東大學 企業管理學系

指導老師：鄧鈺霖 老師

學生：曾議巧、盧耿見、張毅鈺、

王宇潔、張芷夢、陳邑瑄 敬上

第一部分：屏東特色之探討

問題	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 您喜歡去主題餐廳用餐	☐	☐	☐	☐	☐
2. 如果在屏東演藝廳對面開一間富有屏東元素的主題餐廳會吸引您的好奇心去消費	☐	☐	☐	☐	☐
3. 如我們的主題餐廳中餐點放入甚麼樣的屏東特色元素會吸引您去消費 ☐ 水果(請接續第 4 題) ☐ 蔬菜(請跳第 5 題) ☐ 農漁產品(請跳第 6 題)					
4. 當您選擇以屏東水果放入餐點時，會點選哪些選項？(可複選，至多 3 項) ☐ 蓮霧 ☐ 愛文芒果 ☐ 土芒果 ☐ 鳳梨 ☐ 木瓜 ☐ 蜜棗 ☐ 其他_____					
5. 當您選擇以屏東蔬菜放入餐點時，會點選哪些選項？(可複選，至多 3 項) ☐ 洋蔥 ☐ 山蘇 ☐ 紅豆 ☐ 小黃瓜 ☐ 溫泉米 ☐ 其他_____					
6. 當您選擇以屏東農漁產品放入餐點時，會點選哪些選項？(可複選，至多 3 項) ☐ 豬 ☐ 雞 ☐ 牛 ☐ 櫻花蝦 ☐ 鮪魚 ☐ 石斑魚 ☐ 其他_____					

第二部分：產品與服務之探討

1. 您喜歡何種類的用餐模式

- ☐ 簡餐類(請接續第 2 題)
☐ 輕食類(請跳第 3 題)
☐ 飯類(請跳第 4 題)
☐ 麵類(請跳第 5 題)

2. 當您選擇簡餐類用餐時，通常會點選哪些選項?(可複選，至多 3 項)

- ☐ 豬排類 ☐ 雞排類 ☐ 牛排類 ☐ 羊排類 ☐ 魚排類 ☐ 海鮮類 ☐ 素食類

3. 當您選擇輕食類用餐時，通常會點選哪些選項?(可複選，至多 3 項)

- ☐ 沙拉類 ☐ 三明治類 ☐ 鬆餅類 ☐ 千層派類 ☐ 堡類 ☐ 飯糰類 ☐ 飯捲類
☐ 壽司類 ☐ 麵包類

4. 當您選擇飯類用餐時，通常會點選哪些選項?(可複選，至多 3 項)

- ☐ 燉飯類 ☐ 炒飯類 ☐ 燴飯類 ☐ 拌飯類 ☐ 飯糰類 ☐ 焗烤類
☐ 飯捲類 ☐ 壽司類

5. 當您選擇麵類用餐時，通常會點選哪些選項?(可複選，至多 3 項)

- ☐ 義大利麵類 ☐ 通心粉類 ☐ 涼麵類 ☐ 拉麵類 ☐ 鍋燒類 ☐ 焗烤類

第三部分：價格策略

問題	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 您可以接受的價位介於哪個區間?(新台幣/元) ☐ 100 以下 ☐ 101~200 ☐ 201~300 ☐ 301~400 ☐ 401~500 ☐ 501 以上					
2. 數量折扣會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐
3. 折價券會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐
4. 提出早鳥折扣，即團體訂單在一個月前下訂享有折扣會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐
5. 離峰優惠價格會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐
6. 有團體打折會增加您對餐廳的選擇	☐	☐	☐	☐	☐
7. 提供外帶服務會增加您到此餐廳消費	☐	☐	☐	☐	☐

第四部分：通路策略					
問題	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 良好的服務態度會使您更加有意願前往用餐	☐	☐	☐	☐	☐
2. 在網路上架設本店網站，介紹主題餐館特色和餐點，會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐
3. 網路的評價會增加您前往餐館用餐的意願	☐	☐	☐	☐	☐
4. 網友推薦會引起您前往該餐廳用餐	☐	☐	☐	☐	☐
5. 您通常喜歡在哪種環境下用餐?(可複選，至多 3 項) ☐ 復古澄黃 ☐ 簡單明亮 ☐ 可拍照紀念 ☐ 氣質高雅 ☐ 奢華 ☐ 沒裝潢 ☐ 舒適自在 ☐ 可以坐很久 ☐ 服務態度良好					
6. 您通常偏好甚麼音樂?(可複選，至多 3 項) ☐ 輕音樂 ☐ 饒舌歌 ☐ 華語流行樂 ☐ 西洋流行樂 ☐ Rock ☐ 重金屬 ☐ 古典樂 ☐ 抒情樂 ☐ 靈魂樂 ☐ R&B ☐ Funk ☐ 聲樂 ☐ Jazz ☐ 舞曲					

第五部分：促銷策略					
問題	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1. 您平常會從哪些廣告方式來得知促銷訊息?(可複選，至多 3 項) ☐ 網友推薦 ☐ 夾報傳單 ☐ 親友推薦 ☐ 學校特約商店 ☐ 網路 ☐ 雜誌 ☐ APP 通訊軟體 ☐ DM ☐ 促銷活動 ☐ 其他 _____					
2. 來店打卡贈送一份小點心會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐
3. 店內設有折價券方案會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐
4. 店內設有 VIP 會員制度會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐
5. 來店消費滿 500 元即可參加抽獎活動會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐

問題	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
6. 來店打卡即享有打折優惠會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐
7. 店內設有團體折扣會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐
8. 來店消費滿 500 元即享有折現優惠會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐
9. 店內設有競賽遊戲，勝利一方即可參加抽獎活動會增加您的消費意願	☐	☐	☐	☐	☐

第六部分：消費者基本資料	
1. 性別：	☐ 男 ☐ 女
2. 年齡：	☐ 15~未滿 18 歲 ☐ 18~未滿 22 歲 ☐ 22~未滿 25 歲 ☐ 25(含)歲以上
3. 教育程度：	☐ 國小(含)以下 ☐ 國中 ☐ 高中/職 ☐ 大學/專 ☐ 研究所(含)以上
4. 可支配所得：	☐ 3000(含)元以下 ☐ 3001~5000 元 ☐ 5001~7000 元 ☐ 7001(含)元以上
5. 職業：	☐ 學生 ☐ 服務業 ☐ 製造業 ☐ 金融業 ☐ 軍警公教人員 ☐ 農林漁牧業 ☐ 待業中 ☐ 其他：_____

問卷到此結束，麻煩您再檢查有無漏答之處，非常感謝您提供寶貴的意見。謝謝!!

參考資料

書籍

1. 企業研究方法 黃俊英著 東華書局
2. 行銷管理 楊璦瑜、范惟翔 東華書局
3. 管理學：整合觀點與創新思維 中山大學企業管理學系著 前程文化
4. 策略管理 李國璋、伍家德譯 滄海書局
5. 消費者行為 曾光華著 前程出版
6. 企劃案撰寫-理論與案例 戴國良著 鼎茂出版社
7. 商業模式：創新與管理 鍾憲瑞 前程文化
8. 財務管理原則 謝劍平 智勝文化事業有限公司
9. Financial Accounting--in an economic context Jamie Pratt 著

論文

1. 應用體驗行銷工具創造體驗價值以提升顧客滿意度與忠誠度之研究——以台中市主題餐廳為例 作者：黃淑真 東海大學／食品科學系
2. 在地特色懷舊主題餐廳經營策略改造之研究——以臺南市府城食府為例 作者：陳咨亦、陳熾任、張淑嫻
3. 懷舊復古主題餐廳設計——以香蕉新樂 作者：童韻芳、簡秀溱 國立台中高農
4. 創憶思想起 美食 DNA「恆蔥直撞」主題餐廳之創業計畫 作者：郝家潑、盧姿吟、林子萱、許儷潔、蔡宜靜
5. 校園創新創意應用計畫 文化產業、行動觀光 玫飛色舞餐廳營運計畫書 作者：王智奕、莊子賢、李奕蓓

網路

1. 第二章 台灣博碩士論文知識加值系統
<http://ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gswweb.cgi/login?o=dwebmge>
2. 第三章 第一節 經濟部統計處
<http://www.moea.gov.tw/>
3. 第三章 第一節 財政部
<http://www.mof.gov.tw/>
4. PChome 商店街—食品大批發
<http://www.pcstore.com.tw/stexh/P000754>
5. 591 租屋網
<http://www.591.com.tw/>