

輔仁大學 106 年度教學卓越計畫  
「產學成果導向課程」成果報告

105 學年度第 2 學期  
餐旅創業管理研究

報告撰寫人：林盈好

中華民國 106 年 07 月

## 課程執行成果摘要

本學期餐旅創業管理研究課程強調與產業對話，由企業提出專案計畫之需求，教師與企業共同設計課程，透過共教共學；讓研究生的學習和廠商的專案計畫緊密結合，使學生實踐的成果更具價值，學以致用。而企業也提供相對應的學習機會，刺激學生的主動學習，進而強化學生的實務性專業能力。本課程與四家不同營運模式/特色的餐飲公司，其中包含國際連鎖品牌、本土餐旅集團之新創品牌、社會企業、校園企業及咖啡達人自行創業品牌；同學可以認識餐飲企業多元的營運模式與相對應的品牌定位及營運特色；企業將提供相對應的學習，讓教學與業界產生連結。透過學生回饋得知同學們對此課程內容及教學具有相當程度的滿意度；同學也表示此課程讓他們與業者接觸，了解餐旅業者實際的營運。同學也實際接觸到業者的營運數字及問題，而且讓同學可以利用所學與業者溝通，進而提出可行的問題解決方案。

# 目錄

一、	課程成果說明 .....	3
	(一) 課程實際規劃與說明 .....	3
	(二) 具體教學成果與評估 .....	3
	(三) 課程遇到問題與困難 .....	4
	(四) 省思與未來的展望 .....	4
二、	課程記錄表 .....	5
	課程紀錄表 (1) .....	6
	課程紀錄表 (2) .....	8
	課程紀錄表 (3) .....	10
	課程紀錄表 (4) .....	12
	課程紀錄表 (5) .....	14
	課程紀錄表 (6) .....	16
	課程紀錄表 (7) .....	18
	課程紀錄表 (8) .....	20
	課程紀錄表 (9) .....	23
	課程紀錄表 (10) .....	26
	課程紀錄表 (11) .....	28
	課程紀錄表 (12) .....	30
	課程紀錄表 (13) .....	32
	課程紀錄表 (14) .....	34
	課程紀錄表 (15) .....	36
三、	學生心得 .....	39
	(一) 加盟連鎖展心得 .....	40
	(二) 企業分享心得一：濬品食品股份有限公司 .....	47
	(三) 企業分享心得二：瑪納有機社會企業 .....	52
	(四) 企業分享心得三：輔仁新創公司 .....	56
	(五) 企業分享心得四：Burger Lab 漢堡實驗室 .....	60
四、	學生成果 .....	64
	(一) 濬品食品有限公司：冠軍咖啡－網路行銷的推廣	
	(二) 瑪納有機文化生活促進會：步入塔山鄒旋浪漫-阿里山三天兩業企劃案	
	(三) 輔新一粒麥社團有限公司輔大一粒麥門市排班建議書	
	(四) 天成飯店集團 Burger Lab 餐廳：菜單設計/用餐氛圍及品牌溝通之改善建議	

## 一、 課程成果說明

### (一) 課程實際規劃與說明

本課程(餐旅創業管理研究)強調課程與產業對話，由企業提出專案計畫之需求，教師與企業共同設計課程，透過共教共學；讓研究生的學習和廠商的專案計畫緊密結合，使學生實踐的成果更具價值，學以致用；而企業也提供相對應的學習及機會，刺激學生的主動學習，進而強化學生的實務性專業能力。

本課程原定與五家不同營運模式/特色的餐飲公司，其中包含國際連鎖品牌、本土餐旅集團之新創品牌、社會企業、校園企業及咖啡達人自行創業品牌；同學可以認識餐飲企業多元的營運模式與相對應的品牌定位及營運特色；企業將會提供相對應的學習，讓教學與業界產生連結。而在實際執行時，因一家公司內部營運問題，最後有四家公司與本課程合作。四家公司分別為：

1. 天成飯店集團股份有限公司Burger Lab.餐廳
2. 瑪納有機文化生活促進會
3. 輔新一粒麥社團有限公司
4. 濬品食品有限公司

學生分組媒合四家企業，實際與企業面對面及參與企業內活動，透過學習來協助解決企業提出的問題。四家企業主管進行說明之後，與各組同學討論，提出需協助解決的問題。而四家公司提出問題如下表：

公司	題目
天成飯店集團Burger Lab.餐廳	菜單設計/用餐氛圍及品牌溝通之改善建議
瑪納有機文化生活促進會	步入塔山鄒旋浪漫-阿里山三天兩業企劃案
輔新一粒麥社團有限公司	輔大一粒麥門市排班建議書
濬品食品有限公司	冠軍咖啡－網路行銷的推廣

### (二) 具體教學成果與評估

本課程透過學校的教學評量系統的結果，得知同學們對此課程的意見與回饋，以及對此課程整體的滿意度。從評量結果可知，本課程學生對本課程的整體滿意度及評量平均值為 4.8(下表)；顯示學生對此課程及教學具有相當程度的滿意度。

#### 本課程教學評量分數

評量項目	分數	評量項目	分數
知識	4.8	教學內容有助於學習	4.6
管理	4.8	教學方式能增進學習成效	4.8
技能與態度	4.8	師生互動與討論有助於學習	4.6
口語表達	4.8	課堂學習氣氛有助於學習	4.8
合作	4.8	評量方式有助於學習成效	4.6
創新力	4.8	對本課程整體滿意度	<b>4.8</b>
		學生對本課程之評量整體平均值	<b>4.70</b>

從同學的自我要求反思上發現，他們在「上課專心聽講與學習」、「積極的參與討論及課程相關活動」與「課後複習並如期完成作業」這三部份分別有 100%及 80%的投入；充分反應提升在同學課堂上的參與、對課程內容的興趣及上課方式的認同。另外在整體課程滿意度部分，本課程的分數為 4.70。

	評量項目	投入百分比
學生反思 (%)	課前預習準備	40
	沒有缺席或遲到	60
	上課專心聽講與學習	100
	積極的參與討論及課程相關活動	100
	課後複習並如期完成作業	80
課程整體滿意度		<b>4.70</b>

在教學評量質化回饋部分可以發現同學對課程的執行給與正面的肯定，「...每次都跟老師有互動,感覺學習變得更認真,內容的吸收上也比其他課程好...」；在與業者的合作部分，同學也提出建議，「...建議未來課程與業者合作可於期初即開始進行媒合與合作,並希望業者於第一次說明即明確提出需協助之議題,減少後續溝通往返浪費之時間...」。

本課程的一大重點也是量點就是同學必須完成業者所交付的任務，亦即提出可以滿足業者的報告。本課程同學除了在期末進行結案報告之外，也分別完成書面報告提供給業者。

### (三) 課程遇到問題與困難

同學從業者的分享中認識企業經營的問題，並嘗試將所學應用於解決業者提出的問題。同學與業者媒合分組之後，各組與業者進行深度的討論(包含現場參訪、問題解析及討論、商品試吃等活動)，必須了解業者問題進而提出解決方案。

而在課程進行過程中也發現到，業者與同學在定義問題(決定題目)時會有問題發生；有時候是業者想解決的問題太多(或太大)，或是同學的本職學能不足，無法掌握問題內容，或不知如何進行。另外，本課程一開始先進行相關專業知識的授課，是約從學期後段(約 5 月)才明確分組及業者媒合，同學有反應工作時間不足。

### (四) 省思與未來的展望

1. 教學效益之確認：從本課程的實施過程及學生回饋以了解同學滿意本課程的內容集教學方式，同學也表示此課程讓他們與業者接觸，了解餐旅業者實際的營運。同學也實際接觸到業者的營運數字(譬如，營業額、來客數、人力分配、成本結構等)，而且讓同學可以利用所學與業者溝通，進而提出可行的問題解決方案。
2. 問題與困難之改善：針對此次課程的主要問題，也就是如何讓業者與同學有效定義問題，讓業者提出同學可以解決的問題。我想老師在這個時候要扮演溝通的角色，引導業者提出問題，同時提醒及指導同學進行問題對策的發想及落實方案。另外，思考將媒合時程提早，以利同學分組及與業者的媒合，讓同學可以早些進入狀況。

# 課程記錄表

輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (1)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈妤	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
<b>課程/諮詢紀錄</b>						
課程主題	Course introduction & 創業概論					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	10人			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 ■ 其他： <u>理論課程</u>					
時間	106 年 02 月 20 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：10份					
	活動滿意度：86%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	3	6	1		
	提升「管理」能力	1	8		1	
	提升「銷售與行銷」能力	6	3	1		
	提升「口語表達」能力	5	2	2		1
	提升「批判思考」能力	5	3	2		
	提升「主動學習」能力	5	3	2		
	提升「合作」能力	5	3	2		
	提升「服務導向」能力	3	4	2	1	
提升「解決複雜問題」能力	6	3		1		
提升「創意力」	4	4	2			

<p>課程/諮詢 內容 (400字)</p>	<p>這堂課的開始先是介紹這整個課程的整體學習目標以及報告與作業的規定，了解後，便開始上課。</p> <p>首先，老師開始詢問我們什麼為創業？每個人都必須要回答自己心目中的創業定義為何，是做做小生意嗎？還是加盟連鎖？</p> <p>而創業(Entrepreneurship)是開創新事業。近幾年最常見形式是開創新商業(俗稱創業公司)。儘管如此，這術語已被擴展到在社會和政治上的企業家活動。當企業家精神用來描述在公司或大型公司組織內部的活動，就稱新創事業(Intrapreneurship)。</p> <p>講完創業，老師便提出，那創業和創新又有什麼不同呢？分兩個人一組開始討論。首先先說出創新之定義，「創新(innovation)」是指以現有的思維模式提出有別於常規或常人思路的見解為導向，利用現有的知識和物質，在特定的環境中，本著理想化需要或為滿足社會需求，去改進或創造新的事物、方法、元素、路徑、環境，並能獲得一定有益效果的行為。</p> <p>而創意(Creativity)是要超越界限，跳離現有框架，重新定義事物和事物之間的關係。也就是找出事物間的相關性，或是相反特質，將既有的元素打破，拆解，增刪後，重新組合，以呈現新的風貌，功能或是意圖。</p> <p>創造力/創造性是一種基於概念工具及精神上技巧的人類精神現象而最終產生或發展為創意、啟發及直覺的過程。</p> <p>經由同學討論及分享後，進而去思考創新與創業之相關，並做出總結。</p>
--------------------------------	--

填寫人：林盈好

授課教師：林希軒 (分機：3778)



輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (2)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈好	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
<b>課程/諮詢紀錄</b>						
課程主題	創業與創新、產業生命週期					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	10人			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 <input checked="" type="checkbox"/> 其他： <u>理論課程</u>					
時 間	106 年 03 月 06 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：10份					
	活動滿意度：85%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	3	6	1		
	提升「管理」能力	5	4	1		
	提升「銷售與行銷」能力	6	4			
	提升「口語表達」能力	5	3	1	1	
	提升「批判思考」能力	5	4	1		
	提升「主動學習」能力	6	2	2		
	提升「合作」能力	5	3	2		
	提升「服務導向」能力	3	4	2	1	
	提升「解決複雜問題」能力	5	4	1		
提升「創意力」	5	5				

課程/諮詢 內容 (400字)	<p>接續上次的課程，老師以創新與創業之相關性做課程的開頭。創業的成功因素為：有符合消費者之創新，也就是指要與其他同業不同。而現在整體環境來看，綠色很重要，故永續3P：社會、環境及經濟，在社會層面以顧客、員工為主；環境層面則涉及地球；而經濟層面就是提到受益及獲利。此外，現在創業的趨勢為網路、共享經濟及慢經濟。而慢經濟會出線則是因為現在科技發展太快，而人類的適應力較慢，故兩個曲線之交會點為無法適應之處，故人類就會想要放鬆、喘一口氣，慢經濟也就跟著興起了。</p> <p>再來就是提到餐飲業的生命週期，探討餐飲業的生命週期就是要了解一家餐廳或是一個餐飲公司成功或失敗的原因。並用小組討論出影響公司失敗的面項有哪些？業者應該如何因應時勢？及如何面對挑戰。並討論生命週期各階段的指標為何？及如何延續品牌生命(brand equity, sales)。</p>
-----------------------	---

填寫人：林盈好

授課教師：林希軒 (分機：3778)

輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (3)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈好	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
<b>課程/諮詢紀錄</b>						
課程主題	產業生命週期實例探討、影響餐廳之因素					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	10人			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程   ■ 其他： <u>理論課程</u>					
時 間	106 年 03 月 13 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：10份					
	活動滿意度：87%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	5	3	1		
	提升「管理」能力	4	4	2		
	提升「銷售與行銷」能力	2	5	2	1	
	提升「口語表達」能力	5	4	1		
	提升「批判思考」能力	5	5			
	提升「主動學習」能力	7	2	1		
	提升「合作」能力	6	4			
	提升「服務導向」能力	3	3	3	1	
	提升「解決複雜問題」能力	6	4			
提升「創意力」	5	4	1			

<p>課程/諮詢 內容 (400字)</p>	<p>這堂課從T.G.I Friday、星巴克、Cold Stone、鬍鬚張、摩斯漢堡、Pizza Hut、麥當勞之營業報表，並從數據中進行探討，由於數據較久，故老師分小組要我們找時間更進的資料並於下次報告。</p> <p>而影響餐廳之因素有分程外部與內部因素，還有組織氛圍及員工之家庭環境。以外部來說有法律、政策、經濟、科技、社會及文化；內部的話有分成營運因素—政策、產品、管理、行銷等及個人因素—領導風格、目標等；組織氛圍為生長週期—導入、成長、成熟及衰退四期；及最後的家庭環境，包含婚姻、有沒有小孩、空巢期及退休等因素。</p> <p>從整體環境來看，政府之整體政策對餐飲業之影響很大，舉例來說週休二日讓國民能更有時間去做休閒活動，抑或社會經濟成長或衰退、國民所得提高、就業人口增加等等，對餐飲業皆有影響。</p> <p>而最特別的是家庭環境，員工之配偶是否支持、小孩的照護、是否為退休後的二度就業等，也都會影響到餐廳經營之成效。</p>
--------------------------------	--

填寫人：林盈好

授課教師：林希軒 (分機：3778)

輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (4)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈好	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
<b>課程/諮詢紀錄</b>						
課程主題	分析餐廳家數及生命週期、報告創業Papper					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	10人			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input checked="" type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 <input type="checkbox"/> 其他 _____					
時 間	106 年 03 月 20 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：10份					
	活動滿意度：88%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	3	5	2		
	提升「管理」能力	5	5			
	提升「銷售與行銷」能力	3	4	3		
	提升「口語表達」能力	7	3			
	提升「批判思考」能力	5	5			
	提升「主動學習」能力	7	3			
	提升「合作」能力	7	3			
	提升「服務導向」能力	4	5	1		
	提升「解決複雜問題」能力	6	4			
提升「創意力」	4	4	1	1		

<p>課程/諮詢 內容 (400字)</p>	<p>本次課程分成三組—麥當勞及摩斯組、Cold Stone及Pizza Hut組、鬍鬚張及T.G.I Friday組。每一組將各店之家數做總和，並分析其正處於生命週期的哪一個階段。以麥當勞和摩斯來說，麥當勞由於納入「麥當勞餐廳美學饗宴」之概念，目前整體的家數是直線成長，正處於成長期。而摩斯的家數每年皆為平穩成長，屬於成熟期。</p> <p>課程的下半部則是分析討論「Why Restaurant Fail?」此篇期刊，每個人分部份報告，了解為什麼餐廳會失敗？之前都聽說餐廳每一年關九成，等於開十間會倒九間，如果這樣來算的話，可能到現在已經沒有餐廳開著的。而這篇期刊也用數據告訴我們，十間倒九間這個資訊是錯的。基本上第一年的失敗率比較高，為26.16%，再來就是逐年下降，第二年為19.23%，第三年為14.35%，根據數據來看，基本上失敗率最高為三成，也就是說十間只會關三間。老師也藉此跟我們表達，以後說話也要有數據當依靠，才能夠真正說服別人。</p>
--------------------------------	--

填寫人：林盈好

授課教師：林希軒 (分機：3778)

輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (5)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈好	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
<b>課程/諮詢紀錄</b>						
課程主題	連鎖展參訪報告					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	10人			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input checked="" type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 <input type="checkbox"/> 其他 _____					
時 間	106 年 03 月 27 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：10份					
	活動滿意度：85%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	5	3	2		
	提升「管理」能力	3	4	3		
	提升「銷售與行銷」能力	7	2	1		
	提升「口語表達」能力	6	4			
	提升「批判思考」能力	3	5	2		
	提升「主動學習」能力	6	4			
	提升「合作」能力	5	3	2		
	提升「服務導向」能力	4	5	1		
	提升「解決複雜問題」能力	4	4	2		
提升「創意力」	4	5	1			

<p>課程/諮詢 內容 (400字)</p>	<p>本次報告為同學參與加盟連鎖展之心得，每組需要從所有的加盟店家中找出自己喜歡的，至少三家，並寫出最想加盟哪一家，為什麼？並報告此店家之營運模式、挑戰與機會。</p> <p>同學分成四組，有選擇草本茶集、一芳水果茶、愛上愛莉早餐店及Coco茶飲。由於這次參展的店家多為飲料店，故本組中有三組選擇飲料店為加盟之對象。以一芳組來說的話，一芳的水果茶似乎也很容易被取代，但以其經營模式來看，還是以一芳最能在市場上待的長久；草本茶集組則是因為其打著天然健康之食材而選擇；愛上愛力早餐店則是因為其堅持使用高級咖啡豆與咖啡機、鼓勵內部加盟，增加員工向心力、餐桌使用小方桌，併桌較彈性、主打新鮮、少鹽、及為導入期，可吸引嘗鮮的客人。</p> <p>參與加盟連鎖展主要的目的為讓同學了解台灣創業產業現狀、初步認識創業業實際運作模式、認識連鎖餐飲的營運架構與獲利模式、讓同學學習如何資料收集、整理及決策判斷並與上課內容作結合。</p>
--------------------------------	---

填寫人：林盈好

授課教師：林希軒 (分機：3778)



輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (6)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈妤	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
課程/諮詢紀錄						
課程主題	餐飲業品牌與定位					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	9人			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 ■ 其他： <u>理論課程</u>					
時間	106 年 04 月 10 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：9份					
	活動滿意度：86%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	4	3	2		
	提升「管理」能力	3	5			
	提升「銷售與行銷」能力	6	3			
	提升「口語表達」能力	5	3		1	
	提升「批判思考」能力	3	4	1	1	
	提升「主動學習」能力	3	5	1		
	提升「合作」能力	5	3	1		
	提升「服務導向」能力	4	5			
	提升「解決複雜問題」能力	3	4	2		
提升「創意力」	3	5	1			

<p>課程/諮詢 內容 (400字)</p>	<p>本堂課是講業界之品牌定位與價值的創造。首先先從品牌之定義說起，品牌為對顧客的承諾、存在於顧客、員工及供應商心中的一種認知與感受。而品牌定位分為內部與外在：內部為創辦人決定、既有優勢(原料、技術)及差異性；外在的話為消費者需求、經濟環境、市場需求、市調、競爭者分析與市場區隔策略。</p> <p>了解定義後，要了解消費者要什麼？是省錢—平價、物超所值？還是科技帶來的便利？或是樂趣？確定了消費者的需求後，再由中找出差異，進行創新。而企業社會責任也是很重要的一環。</p> <p>進而由小組討論中去提出任何有關創新之產業案例，同學提出了鼎泰豐的開放式廚房、咖啡廳的奶泡噴墨機、藏壽司的投幣餐盤、Uber的手機定位叫車、刷卡付費及拼車、在地化服務、行動咖啡車的腳踏車行銷、兔子兔子飲料店的造型吸管及Pringo相印機等例子，並說明從消費者的角度來探討其需求，也從業者的角度來分析其用意及利益所在。</p>
--------------------------------	--

填寫人：林盈妤

授課教師：林希軒 (分機：3778)

輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (7)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈好	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
課程/諮詢紀錄						
課程主題	餐飲業品牌與定位					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	10人			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 <input checked="" type="checkbox"/> 其他： <u>理論課程</u>					
時間	106 年 04 月 17 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：10人					
	活動滿意度：86%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	5	3	2		
	提升「管理」能力	5	5			
	提升「銷售與行銷」能力	5	4	1		
	提升「口語表達」能力	4	4	1	1	
	提升「批判思考」能力	7	3			
	提升「主動學習」能力	5	4	1		
	提升「合作」能力	4	5		1	
	提升「服務導向」能力	4	3	2	1	
	提升「解決複雜問題」能力	4	4	2		
提升「創意力」	5	4	1			

<p>課程/諮詢 內容 (400字)</p>	<p>延續上次課程，本堂課繼續討論品牌定位後，接著引導同學討論出有哪些品牌/商品我們稱為「經典」？同學討論出如Burberry風衣、萬寶龍鋼筆、淡水阿給、Michael Jordan、Michael Jackson、Eagle Hotel California及Screw driver(經典調酒)。</p> <p>討論出來後則引發思考與討論，何謂經典？做為一個經典品牌，須具備哪些元素/特質？經典為不會隨著時間而改變的商品，但要如何才能成為經典呢？就是要有獨特、不怕被模仿的特性，而最簡的步驟就是創造歷史故事，不論是真是假，故事行銷永遠是最能吸引客人的部分。 品牌的淵源加上價值就能成為定位，而定位是由價格、產品特色及資源取得而組成的。</p> <p>台灣以哪個地方最能夠看見創新的事物是否有維持呢？是台中。以台中來說的話，屬於淺盤文化，創新的店家開很快，卻在3~5年會換店，表示模仿性高且消費者喜新厭舊。</p>
--------------------------------	--

填寫人：林盈好

授課教師：林希軒 (分機：3778)

輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (8)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈好	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
<b>課程/諮詢紀錄</b>						
課程主題	合作企業介紹—濬品食品有限公司、瑪納有機社會企業					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	10人			
業師姓名	廖心蘭、簡嘉程 陳雅楨、周文心	業師服務單位	濬品食品有限公司 瑪納有機社會企業			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input checked="" type="checkbox"/> 專題講座 <input type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 <input type="checkbox"/> 其他_____					
時 間	106 年 04 月 24 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：10份					
	活動滿意度：90%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	7	3			
	提升「管理」能力	6	4			
	提升「銷售與行銷」能力	5	5			
	提升「口語表達」能力	5	4	1		
	提升「批判思考」能力	8	2			
	提升「主動學習」能力	4	5	1		
	提升「合作」能力	5	5			
	提升「服務導向」能力	7	3			
	提升「解決複雜問題」能力	9	1			
提升「創意力」	5	5				

<p>課程/諮詢 內容 (400字)</p>	<p>本次課程邀請濬品食品有限公司廖心蘭學姊、簡嘉程學長及瑪納有機社會企業陳雅楨學姊、周文心學姊來進行合作介紹。</p> <p>濬品一開始是由一家早餐店開始起步，而簡嘉程也是想賣好的咖啡，進而學習沖煮咖啡，從 Jim's Burger、Coffee88、濬品食品有限公司、Peace and Love 及品牌簡嘉程，每一個店面都有其成長的意義。咖啡捌拾捌，是開始烘焙咖啡豆，販賣咖啡商品及一條龍的生產作業模式的開始，並設有 88 小學堂，進行會員制免費課程訓練，將咖啡的訓練及知識傳遞下去；濬品食品有限公司，設立咖啡烘焙廠，進行咖啡豆商品的批發及生產、設立咖啡訓練教室，培訓參賽選手，及專業咖啡師、設立咖啡實驗室，進行咖啡熟豆品質的檢驗與測試，進一步的除了擴展知識，進而培養人才以及進行品質的統一；Peace and Love，擴大店鋪的營運；品牌簡嘉程，打好名聲並開始網路商品的販賣。濬品食品每開一家店，都有不一樣的意義存在，雖然目前 Peace and Love 因為內部原因，必須要停止腳步重新調整，但他們肯正視問題並想辦法解決，我覺得是企業很重要的一部分。</p> <p>簡嘉程有提及，現在面臨的困難其實是人力，雖然他們想要培養「人才」，但現下的年輕人似乎只會想要擁有「興趣」，對於其艱難的訓練過程及漫漫長路，顯得害怕而畏懼，只會淺嘗則止，對於店家來說，人力成本的控管上會是很大的問題，花了心血培養，卻總是沒有辦法有結果。而如何去與員工進行溝通，我想這是濬品目前來說很重要的部分。</p> <p>濬品食品有限公司，會做一些很有意義的事情，如國道送咖啡，或是正出發的雞蛋糕與咖啡的環台，這是會讓人感動的企業，也是值得經營下去的企業，盼其未來能找到對於培養人才之方法，好讓其價值能繼續留傳與經營。</p> <p>雅楨學姊與文心學姊分別介紹了瑪納，從社會企業開始，他們說：產業發展是脫貧的最快方法，『文化』卻是促成成功的重要因素，這句話很有道理，的確，發展是最快的方法，但文化卻是能夠紮根、深入人心並影響是帶的因素。此外，在面對問題的時候，有三個要素：把自己放入問題中—實地了解、真誠傾聽並以當事人為主體，才能苦其所苦，了解其問題所在；把自己抽離問題之外—從更高的觀點思考、創造性重新定義及尋找新的途徑，人家常說的當局者迷，要跳脫現有的框架，才能釐清真正的問題點，並找到正確的解決方法；帶著改變的自己重回現場，促進改變的發生—建立連結，努力實踐並保持正直勿忘初衷。這些觀念其實聽起來很簡單，卻要實踐真的很難。</p> <p>瑪納主要在有機農業生產系統上，增加從是有機農業的人數和面積、利用新方法提升有機農業管理技術並強化在地組織，培訓幹部團隊。像文心學姊就幾乎駐點在南投，協助當地原住民去進行有機農業之生產。此外也有在體驗旅遊產業系統上進行努力，打造有機部落基礎平台、部落旅遊開發及合作及部落健身房，都是很有趣的想法，但要如何去實踐，似乎還在努力當中。</p>
--------------------------------	---

			
課程/諮詢 照片	濬品—廖心蘭學姊、簡嘉程學長演講剪影	濬品—廖心蘭學姊、簡嘉程學長演講剪影	
			
	瑪納—陳雅楨、周文心學姊演講剪影	瑪納—陳雅楨、周文心學姊演講剪影	
<b>使用經費</b>			
項目	說明與金額	項目	說明與金額
企業導師 講座鐘點費	講座鐘點費3,200元	餐費	
		小計	3,200元

填寫人：林盈好

授課教師：林希軒 (分機：3778)

輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (9)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈好	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
<b>課程/諮詢紀錄</b>						
課程主題	合作企業介紹— 一粒麥、天成飯店					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	10人			
業師姓名	談力耘 執行長 胡正芳 經理	業師服務單位	一粒麥 天成大飯店			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input checked="" type="checkbox"/> 專題講座 <input type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 <input type="checkbox"/> 其他 _____					
時間	106 年 05 月 01 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：10份					
	活動滿意度：89%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	6	4			
	提升「管理」能力	5	4	1		
	提升「銷售與行銷」能力	6	3	1		
	提升「口語表達」能力	3	6	1		
	提升「批判思考」能力	7	3			
	提升「主動學習」能力	6	4			
	提升「合作」能力	6	4			
	提升「服務導向」能力	7	3			
	提升「解決複雜問題」能力	8	2			
提升「創意力」	6	4				



課程/諮詢  
內容  
(400字)

本次課程邀請一粒麥執行長及天成大飯店餐飲部經理來進行合作介紹。

輔大一粒麥，我們校園熟悉的校園咖啡，談總經理從整個公司背景談起到如何經營中小企業。輔仁新創商業股份有限公司的成立是是為了要展示輔大教師技術研發成果之商品以及輔大培育進駐廠商、產學合作廠商產品而建構的自有校營企業，其目的是希望透過輔仁大學的把關與審核，提供社會大眾一個安心、安全及創新的消費通路及商品，同時建立輔大安心、輔大驗證的品牌印象，打造出具有輔大「真善美聖」理念的校營企業，因此「輔大一粒麥校園技術成果展售平台」因運而生。

之前聽說一粒麥要走出校園，故其 LOGO 經過了三次更改，到現在的 Easy Mind，整體來說最大的差異是去輔大化，但這也是公司兩難的地方，校方考量的是若出了問題，輔大會遭受牽連，但若以企業來看，若沒有輔大的品牌，一粒麥很難找出其特色打出一片天。雖然談總經理提到公司的使命是整合輔大資源及技術、商品化並獲取最大利潤，但這似乎只在校園內?要往外打出名聲之際，校方卻又縮手?雖然這沒有所謂的對與錯，但總覺得可以找到兩鄉平衡的點。

一粒麥的挑戰很多，因為其在校園內，主要的銷售是以學生與教職員為主，這也代表了其主要的消費群消費金額平均在 79 元，高單價產品銷售不易。此外，在校園附近的餐廳一定會面對的淡旺季太明顯，會是營收的主要問題來源；而政府的一例一休及調整實新也造成了薪資成本逐年增加。再來就是因為員工都是學生，故園工訓練份量較重，排班上需要配合上課時間，較難排班，而經過統計，平均每位工讀生的工作期間只有八個月，在人力成本上的確是個很大的花費。

談執行長提及，目前一粒麥的問題還是很多，像是新 LOGO：EASY MIND 除了會讓人聯想隨便賣之外，也已經被註冊過，需要更改名稱，此外人事也是其煩惱的一部分。輔大一粒麥在協助學生成果發表的部份很盡心盡力，盼走出校園後，也能有一定的程度成長。

天成飯店漢堡實驗室，正芳學姊從漢堡研究室的品牌開始講起，將漢堡解構、創新後再結合，跟上精品漢堡的熱潮，「Burger Lab」標榜以實驗精神為漢堡創造新的口感味覺體驗，並希望未來能發展連鎖。此外，其依消費力及飲食習慣來做年齡層設定，以 20~30 歲為主，附近公家機關、公司行號、補習班、學生、館內客群及路過人潮、速食愛好者、漢堡愛好者、愛好嚐鮮者。原本以為精品漢堡市價位很高的餐廳，但看了看菜單後才發現，其實以現在學生的消費能力，完全可以負擔的起。

話雖如此，但其所要面臨的挑戰卻很多，如其定位的 4E，就如同老師上課說的，其實有所衝突，要如何大飽口福又能夠保有健康活力？而其提及的舒肥料理、風琴馬里屬，卻又因為場地關係，並無法展現給客人看，去提高其感官進而展現其價值。此外，其提到有開放式廚房，卻又說其餐廳是在另外一個地方，必須從飯店內運送進餐廳，那也就是說其實他的開放式廚房只是呈現簡單得組合料理，那又如何讓消費者一目了然所有的製程進而感到安心呢？如果不能提高克單價，由於其座位數只有 10 個，真的很很少，而其點菜動線似乎又有些不清楚，除了會導致想點餐的客人不知所措，也很容易讓人覺得客滿而放棄進去餐廳。還有，既然是精品漢堡，卻又採半自助及外帶，這也是相互衝突的地方。老師上課說的，精品基本上有一定的價值在，就像

貴婦火鍋就不會是打價格戰，也很少精品店會讓客人自助服務，對吧？

漢堡實驗室從定位開始就必須要重頭審視，否則後來的行銷手法再怎麼厲害也無法準確、甚至長久的經營下去。雖然漢堡實驗室有天成飯店當靠山，在財務上沒有太大的問題，但我覺得這家餐廳若重新審視整修，可以殺出精品漢堡的一條血路。

課程/諮詢 照片		
	一粒麥談力耘執行長演講剪影	一粒麥談力耘執行長演講剪影
		
	天成飯店胡正芳經理演講剪影	天成飯店胡正芳經理演講剪影

### 使用經費

項目	說明與金額	項目	說明與金額
企業導師 講座鐘點費	講座鐘點費3,200元。	餐費	
		小計	3,200元

填寫人：林盈好

授課教師：林希軒 (分機：3778)

輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (10)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈好	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
<b>課程/諮詢紀錄</b>						
課程主題	餐飲業菜單設計、市場行銷					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	9人			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 <input checked="" type="checkbox"/> 其他： <u>理論課程</u>					
時間	106 年 05 月 08 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：9份					
	活動滿意度：85%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	4	3	2		
	提升「管理」能力	5	4			
	提升「銷售與行銷」能力	6	3			
	提升「口語表達」能力	4	3	1	1	
	提升「批判思考」能力	5	3	2		
	提升「主動學習」能力	5	3	1		
	提升「合作」能力	3	5	1		
	提升「服務導向」能力	4	3	2	1	
	提升「解決複雜問題」能力	4	4	1		
提升「創意力」	4	4	1			

<p>課程/諮詢 內容 (400字)</p>	<p>本次課程探討的為市場行銷與菜單設計。</p> <p>市場行銷有包含三種內容，第一種就是定位策略：從身分及適當性來符合定位及需求，也要有優於競爭者之差異性；第二種為菜單設計規劃：菜單設計要注意七大項，餐廳品牌定位及特色；顧客—核心、選擇性及季節性；員工—有專業能力可以做出產品來；設備—可以滿足商品及其量的需求；預算—會耗費多少成本？利潤又是多少？；市場及環境的變動以及未來的趨勢；最後一種就是定價。</p> <p>多久要換一次新品呢？以統一超商來說，期顧客光臨之頻率較高，故約1~2週就需要上市新品；若是以星巴克來說的話，因為其顧客光臨之頻率較低，新品約1~1.5個月上市即可。而新品開發主要是為了增加營業額、強化品牌知名度、擴大顧客群及菜單邊際貢獻分析。</p>
--------------------------------	---

填寫人：林盈妤

授課教師：林希軒 (分機：3778)

輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (11)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈好	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
課程/諮詢紀錄						
課程主題	餐旅業財務規劃實務					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	10人			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 <input checked="" type="checkbox"/> 其他： <u>理論課程</u>					
時間	106 年 05 月 15 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：10份					
	活動滿意度：86%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	3	4	3		
	提升「管理」能力	6	4			
	提升「銷售與行銷」能力	4	4	2		
	提升「口語表達」能力	3	5	1	1	
	提升「批判思考」能力	4	3	2	1	
	提升「主動學習」能力	4	5	1		
	提升「合作」能力	4	5		1	
	提升「服務導向」能力	4	3	3		
	提升「解決複雜問題」能力	5	5			
提升「創意力」	4	4	1	1		

<p>課程/諮詢 內容 (400字)</p>	<p>本堂課進入財務規劃。</p> <p>首先要了解成本，直接成本為食物成本及飲料成本，而控制直接成本的方法為菜單設計、原料採購、製備過程及服務方式；間接成本為人事費用：薪資、獎金、伙食、訓練、福利、固定開銷(經常費用)：租金、水電、設備裝潢折舊、利息、稅金、保險等，要控制的話則為人事管理、資產物品的使用/維護。</p> <p>了解成本後，就要制定控制計畫：預估某一菜色在特定時間內(一日/一週/一個月/一年)銷售量、採購依據(減少浪費及損失、量與價)、外在因素的納入：季節、天氣變化、節慶、口味趨勢及內在條件的掌控：製備流程確認、人力安排、員工排班、促銷活動。在這當中，預算表也要跟著出來，包含預估營業額：目標設定、成本預估、獲利預估、問題發現、營運管理。</p> <p>課程的最後則是以實際案例讓我們去估算預算表，包含毛利、折舊攤提、現金流量及門市利潤。</p>
--------------------------------	--

填寫人：林盈妤

授課教師：林希軒 (分機：3778)

輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (12)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈好	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
課程/諮詢紀錄						
課程主題	餐廳財務規劃與報告					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	10人			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 <input checked="" type="checkbox"/> 其他： <u>理論課程</u>					
時間	106 年 05 月 22 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：10份					
	活動滿意度：87%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	4	4	2		
	提升「管理」能力	6	3	1		
	提升「銷售與行銷」能力	3	5	2		
	提升「口語表達」能力	5	5			
	提升「批判思考」能力	6	4			
	提升「主動學習」能力	5	5			
	提升「合作」能力	6	4			
	提升「服務導向」能力	3	5	2		
	提升「解決複雜問題」能力	6	4			
提升「創意力」	5	4	1			

<p>課程/諮詢 內容 (400字)</p>	<p>本課程延續上次財務之課程，首先先複習估算預算表，包含毛利、折舊攤提、現金流量及門市利潤。接著就是根據自己所負責之企業做個案實際案例分析(分成四組有濬品組、瑪納組、一粒麥組及Burger Lab組)，每一組皆根據企業之直接成本與間接成本去進行分析，在計算的過程中，老師一一下去巡視並與解決同學之問題。當分析完成後，便分組上台報告。四組來看，瑪納組為獲利較多者，而濬品組及一粒麥組也皆有獲利，只是獲利不多，而Burger Lab組則完全無法獲利。</p> <p>當結果出來後，老師便要我們去找「打平」的點，也就是最小獲利的時候，其成本分配的狀況其產品售出量。</p> <p>而課程最後則做個總結，整體公司營運較好的話，其食物成本+人事成本<math>\leq</math>75%、食物耗損率<math>&lt;</math>10%(食物成本)、食物成本30~35%、飲料成本18~25%、薪資佔比<math>&lt;</math>30%。</p>
--------------------------------	--

填寫人：林盈好

授課教師：林希軒 (分機：3778)



輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (13)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈好	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
<b>課程/諮詢紀錄</b>						
課程主題	餐旅業行銷活動規劃、人力配置					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	10人			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 <input checked="" type="checkbox"/> 其他： <u>理論課程</u>					
時間	106 年 06 月 05 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：10份					
	活動滿意度：85%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	3	6	1		
	提升「管理」能力	5	4	1		
	提升「銷售與行銷」能力	5	5			
	提升「口語表達」能力	5	3	2		
	提升「批判思考」能力	6	4			
	提升「主動學習」能力	3	5	1	1	
	提升「合作」能力	4	4	2		
	提升「服務導向」能力	4	3	2	1	
	提升「解決複雜問題」能力	5	4		1	
提升「創意力」	5	5				

<p>課程/諮詢 內容 (400字)</p>	<p>本堂課主要為探討餐旅店行銷活動規劃。首先要釐清的為Branding品牌建立與溝通與Promotion促銷活動之差異。前者為增加品牌知名度、可見度—如公關活動、增價店數；強化品牌定位—奢侈萬寶龍活動；提高品牌忠誠度—周潤發代言；增加營業額與獲利。但後者主要為增加業績—從增加來客數或增加客單價兩方面下手。舉例來說，法式餐廳侯布雄舉辦名廚週，即為Branding，因為其能夠大量增加知名度，但對於營收並沒有太大助益。</p> <p>而要如何去職行程為Action Plan，就是要從SWOT去進行—Strengths優勢需要強化並延伸、Weaknesses劣勢則需要進行改善、Opportunities機會則要掌握，最後則是要避開威脅Threats。</p> <p>在人力配置的部分，目的為提供優質的服務，滿足顧客需求，而原則則是以最少的人力去獲得最大的效益與獲利。</p>
--------------------------------	--

填寫人：林盈好

授課教師：林希軒 (分機：3778)

輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (14)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈好	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
<b>課程/諮詢紀錄</b>						
課程主題	參訪輔大創新育成中心及創意設計中心、Working Plan報告					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	9人			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input checked="" type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：參訪校內機構					
時間	106 年 06 月 12 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：9人					
	活動滿意度：88%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	3	6	1		
	提升「管理」能力	7	3			
	提升「銷售與行銷」能力	7	2	1		
	提升「口語表達」能力	6	4			
	提升「批判思考」能力	5	5			
	提升「主動學習」能力	5	5			
	提升「合作」能力	5	4	1		
	提升「服務導向」能力	4	6			
	提升「解決複雜問題」能力	7	3			
提升「創意力」	6	4				



輔仁大學 106 年度「產學成果導向課程」

課程紀錄表 (15)

課程名稱	餐旅創業管理研究	開課系所	餐旅管理研究所 一年級			
填表人	林盈妤	行動電話	0910-838-737			
Email	wingstyle@hotmail.com.tw					
<b>課程/諮詢紀錄</b>						
課程主題	Case study group report/業者合作案例報告					
授課教師	林希軒 老師	參與人數	10人			
業師姓名	胡正芳	業師服務單位	天成大飯店			
授課方式	<input type="checkbox"/> 企業參訪 <input type="checkbox"/> 教育訓練 <input checked="" type="checkbox"/> 企業導師共同授課 <input type="checkbox"/> 企業諮詢 <input type="checkbox"/> 專題講座 <input checked="" type="checkbox"/> 成果發表 <input type="checkbox"/> 實作課程 <input type="checkbox"/> 其他_____					
時 間	106 年 06 月 19 日(一) AM09:00-PM12:00					
問卷回饋	問卷填寫份數：10份					
	活動滿意度：89%					
	項目	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意
	提升「顧客與人群服務」能力	6	4			
	提升「管理」能力	6	4			
	提升「銷售與行銷」能力	6	4			
	提升「口語表達」能力	6	3	2		
	提升「批判思考」能力	5	5			
	提升「主動學習」能力	5	5			
	提升「合作」能力	5	4	1		
	提升「服務導向」能力	5	3	2		
	提升「解決複雜問題」能力	6	4			
提升「創意力」	6	3	1			

<p>課程/諮詢 內容 (400字)</p>	<p>本學期最後一堂課是以分組方式進行，各組將整學期與業界合作之成果報告用PPT方式呈現。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 濬品組： <p>這組主要的目的是以網路行銷為主，主要先釐清地位，增加產品對消費者的吸引力。在網路行銷的部份，需要優化官網，若提高官網的使用便利性，以及更清晰化官網的設置，能夠使顧客更了解品牌定位及商品的詳細內容，更能增加購買意願，進而購買的意願，而這部份可以從新增形象影片、清楚分類商品來進行改善。在社群經營部分，則可以在臉書、Instagram 進行活動，與粉絲互動，或是直播，並對於消費者支留言進行回覆。</p> </li> <li>● 一粒麥組： <p>一粒麥希望同學協助的部份便是人事排班，盼能降低門市人力成本，達到人力最大效益。導正過往計時人員每人單日排班時間 1-8 小時不等情況，且現場人力不連續造成工作交接平繁易增加工作瑕疵疏漏風險，此外易造成勞健保保費無端支出增加，因此為有效控制人力資源與成本分配，一粒麥商品開發部李得經理建議排班每人單日以乙小時為單位需至少排班四小時，故同學參考 105 年度一粒麥營業時間、營業額、薪資結構表、排班表與銷售杯數，進行數據整合得出最大效益。</p> <p>而行動方案有四點：開關店人數調整為一人、舒德店：尖峰時段排班人數由 4 人調整為 3 人，原時段為 3 人則不調整；離峰時段維持 2 人不變、輔醫店：排班人數由 3 人調整為 2 人，原 2 人則維持不變、排班制度建議分為 A (08-12)、B (12-16) 與 C (16-20) 三個時段。</p> </li> <li>● 天成組： <p>透過分析品牌現況，發現目前菜單設計、用餐氛圍以及品牌知名度有待改進。改變菜單設計加強產品細節增進顧客之認知度、改變店內音樂以契合品牌風格，重新設計員工服裝以增強品牌形象、並透過行銷活動提高品牌曝光率以及增加來客數。</p> <p>菜單部分，建議以翻頁式，將漢堡加入文字介紹並且增添數據以強化「Lab」概念；希望藉此讓顧客更了解本產品並且提升漢堡感官價值；用餐氛圍之音樂，建議推薦方案：以電子輕音樂取代目前音樂，帶給客人輕鬆新穎的氛圍；服務生形象則建議增添實驗室的元素於服裝上。</p> </li> <li>● 瑪納組： <p>瑪納盼同學能設計出吸引旅客上山之遊程，故同學之企劃以瑪納之主要原住民「鄒族」為主軸，搭配其神話故事—塔山愛情故事，安排出一系列的遊程，並希望將塔山做為「網美聚集地」之目標，讓更多人可以為了這些美麗的風景主動上山，此企劃是想先打出一點知名度，往後就會有散客慕名而來。</p> <p>由於阿里山需要花點時間上山，通常都會過夜，故必會融合吃與住，因此，除了欣賞風景之外，企劃將融入瑪納的背景，宣傳有機農業、一起鄒咖啡廳、民宿等，讓遊客在放鬆之於，也能夠深入了解瑪納，有寓教於樂之意義。</p> </li> </ul>
--------------------------------	--

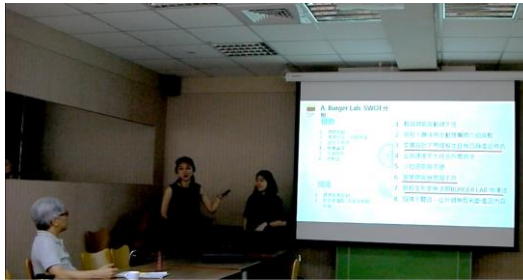
課程/諮詢  
照片



濬品組報告剪影



一粒麥組報告剪影



天成組報告剪影



瑪納組報告剪影

填寫人：林盈好

授課教師：林希軒 (分機：3778)

# 學生心得



## (一) 加盟連鎖展心得

系級：餐旅碩二 學號： 403246041 學生：林盈好

之前一直對於加盟展沒有太大的興趣，所以並不會主動去參與盛會，而這次藉由課程，才能夠進一步去了解這個會展的目的。

這次的展覽我們選擇在平日，也就是第一天剛開幕的時候去，剛進去的時候，就會發現有許多的廠商在門口瘋狂的發傳單，我們才走不到五分鐘，就拿了一大疊傳單。在展覽中，除了有餐飲業廠商外，也有許多相關產業的人來參展。之前在暑期菁英講座的時候有聽到講者提及，其實連鎖加盟展是多數廠商花錢來買廣告，他真正的效益並不是會在這天有多少人來跟他加盟，而是趁這個機會讓更多人知道這個品牌，而我在參與這整個盛會的過程中，也感受到這個氛圍。

我們看了很多餐飲品牌，最後選擇三家去做進一步的了解。首先是「一芳水果茶」，因為其裝潢特殊，再加上上次同學課堂上有提及，我們就決定去試一試。在詢問的過程中，業者很認真且誠懇的與我們對話，其中我最有印象的是，每個員工都會下台中去受訓，訓練期間的住宿費用由總部提供，這感覺對員工來說是個很好的照顧，不會讓員工有我要受訓我還要額外花錢的感受。此外，水是最好賺的行業，一芳提及其一杯飲料大概只有三成，等於能夠賺七成回來，而扣掉所有成本，每個月的淨利大約是 20~25%，業者說其實半年內就可以攤提完畢，等於半年就可以實賺。從整個對話來看，其實一芳算是對加盟者很盡心的一個業者，每個月都會有督導到店詢問狀況，而不是加盟完就放生，對於加盟展店的部分，也不會為了快速擴點而隨意亂開，店與店之間一定會有相對的距離，才不會影響到加盟者的生意。

由於一芳是我們問的第一家業者，所以接下來我們都會以一芳為標準去詢問接下來的兩家店。第二家去詢問的是「萃茶風」，原本是同學想要問他隔壁的拉麵店，但發現其實是同一家品牌，而業者先介紹萃茶風的過程中，讓我有許多疑問，所以我就直接先提問。可能是我們太像學生來做報告，所以業者其實對我們沒有很上心，態度有點隨便，有時候問問題有點牛頭不對馬嘴。整個對談中，就能知道他其實會失敗的原因。第一，「因為業者發現飲料並沒有很賺錢，所以就加上熱食的部分」，雖然他說他主打是飲料，但飲料其實是他做不起來的部分，那這樣來看不就是定位不明？第二，「主打是萃茶機」，他說他們研發萃茶機是全台獨一無二的，一次加盟就要買三台，但我們詢問說，這樣其他茶類呢？他說因為紅茶、綠茶算是最基本的茶類，所以會用萃茶機，其他就手搖。照理來看，這樣不就失去了他優勢的地方？而且我們詢問因為台灣天氣潮濕，會不會影響上面的茶葉存放？他只回我們說：「不會阿怎麼會？」而不是告訴我們他們的機器有什麼樣的功能可以保存茶葉，這樣的回答就會讓我們覺得其實業者本身對於他們的產品和優勢沒有很大的了解。如果以我們是學生來看就發現這些問題，相信對於真正想要加盟的人也一定會有相同的感受。

最後一家問的是「戀愛吧」，當我們一看到這家漸層果汁，第一個聯想的就是「芭樂巴」，所以當我們進去詢問的時候，首要問的就是其與芭樂巴不同處。在對談的過程中，有同學直接問老闆，也有同學問其他的夥伴，之後我們交叉討論時，才發現其兩邊說的都不一樣。舉例來說，其額外附屬的餐點部分，在機台耗材上，員工說會由總公司吸收，老闆卻說要加盟者自行處理。兩者說法不一就讓人覺得這一家店有種會失敗的感覺。員工也說額外餐點部分，是老闆覺得最近在流行什麼，就會跟著引進什麼，我們進一步問發現，沒有專業的團隊在支持著他們，而是看老闆的心情，當然，如果老闆的預測準確，就能夠帶動所有加盟者，但若預測錯誤，照老闆來說，其耗材是加盟者要自行負擔，這樣對於加盟者來說很沒有保障。再來就是老闆說，每家店想要做什麼額外餐點，只要老闆覺得可以，就可以賣，也就是說我到每一間戀愛吧，都會有不一樣的產品可以吃，如此一來定位不就不明確了？而最後最讓我們覺得這家店不會成功的原因是，當我們詢問老闆其優勢在哪，他只說了「好喝」。好喝的定義其實見仁見智，也就是說，今天其他業者做出了比他好喝的飲料，他就會失敗了。

整體來看，雖然一芳的水果茶似乎也很容易被取代，但以其經營模式來看，還是以一芳最能在市場上待的長久。其他兩家對我們學生而言都能看出弊病，想必以真正想要加盟的業者來說，也不會想要選擇其為加盟對象。

而這次的展覽除了看展外，也有「創業大師講座」。我們聽的場次是第一場「創業資金籌備術」，由TAX創新加速器的徐竹先總經理來為我們演講。他提到說，其實現在創業有很多網站可以去申請，如：青年創業圓夢網、中小企業馬上辦、青創基地……等等，而給錢的人通常都會考慮到風險，所以徐總經理有跟我們分享了幾個策略。

一、「強化創新性，創造投資價值」：在目前台灣的环境下，市場競爭激烈，只要你一有創新性，價值就會出現，所以在申請投資企畫裡，一定要強化你的創新性。

二、「幫別人賺錢的人最值得投資」：徐總經理提到了一個案例—Levis，他說，Levis就是「在別人創業的過程中(淘金)需要你(牛仔褲)」，也許我們可以不用自己下海賺錢，但可以成為在別人賺錢過程中的必需品，如此一來，也能夠成為吸引他人投資的一環。

三、「成為大企業外部的創新夥伴」：站在巨人的肩膀上，徐總經理提及，現在其實很多公司都會尋找外頭的夥伴一同激發創新，因為公司內部的人很容易因為身處的環境而無法跳脫思維，因此多數公司會尋找外部的創新夥伴來腦力激盪，激發出不同的火花。

四、「跨國跨域，創造新價值」：當一個企業可以跨海、跨領域，必能激發出不一樣的價值，徐總經理以「京華堂」為例子做說明：京華堂為一擁有無機材料微化純化之生產和研發領先技術，同時為此運用技術平台邁向新藥開發之公司。京華堂運用其純物理性微細化製程，藉由創新的科技，使得貴重微量金屬展現出完全迥異於傳統認知的高度安全性及多元的生物醫學運用；京華堂將前期投入材料研發及生

產研發之豐碩成果，結合創新的材料運用及市場價值，導入保健食品業、酒及化妝品等市場。

五、「對準政府政策方向」：只要對準政府所要走的方向，基本上就能夠順水推舟，吸引投資者前來投資。

當徐總說完五個策略，其實也會發現跟老師上課常提到的一樣，只要創新，就能區隔差異，成功的機率也會大很多。

從這次的連鎖加盟展中，我實際去參與整個盛會，也假裝是加盟者去詢問店家，才發現原來每個店家對於加盟者的態度與支援會給的不同，當然也可能是因為我們長的太像學生來做報告，所以有些廠商就會不太理我們，不過，其實我們才是最大的潛力股，沒有好好的對待我們真的有點可惜！但下次如果我自己想要開店或加盟，也會選擇去加盟展看看，一來可以尋找機會，二來是可以看看最近的市場趨勢，算是做一個探勘的概念！

系級：餐旅碩一 學號： 405246021 學生：陳筠叡

以前總是會想著要自己開店，但卻想著資金是筆很大的麻煩，除了自己打工跟父母借，又或著跟銀行借這些好像就沒有別的選擇了。但今天我聽到的一場演講是在說”創業資金籌備術”，講者是 TXA 創新加速器企業的總經理，才知道原來我們身邊其實有很多的管道可以去籌備資金，就算沒有資金我們也可以憑我們的理念去寫出一篇好的投資企劃書來讓這些老闆們進行投資，但並不適一昧的只寫我們認為的有趣的、有前景性的，所以他教我們五個策略，策略一:強化創新價值創造投資價值，策略二:幫別人賺錢的最值得投資，策略三:成為大企業外部的創新夥伴，策略四:跨國跨城創造新價值，策略五:對準政府政策方向。

其中的策略二聽起來好像哪裡怪，幫別人賺錢的最值得投資，這標題讓我一開始想說幫別人賺錢?那我賺甚麼，後來講者的舉例我才知道是怎麼一回事，他舉最簡單的例子說像今天的加盟展，每個廠商都是在幫別人賺錢，加盟廠商我們才能賺錢所以我們才花錢投資加盟他們，聽完也有點衝擊並給了我一些新的想法，以前總是覺得就是要開店己當老闆來能賺錢，但我需要背負的食材成本、店租成本都是很嚇人的，如果我能做個中間者也許是個媒合平台或機台，那說不定是個更好的選擇，只是該如何在這之中找到獨具一格的特色或差異才是最難的。

這次看的加盟展大部分都是飲料跟餐飲，這兩大組群是最容易入手卻也最難經營，因為競爭者真的很多，其中我們這組有去問到一間叫一芳的水果茶店，但了解背景後我卻是對他的老闆更有興趣，一芳是墨力國際股份有限公司旗下的子公司，這個連鎖的集團是由一個七年級生柯梓凱所創造的，年紀輕輕的他跟我的年紀應該差不多，但他卻是一個連鎖集團的老闆，他沒有富爸爸靠的是自己打工擺攤所賺的錢來創業，他靠著在豐原夜市擺攤人家賣飲料他賣冰沙，做出不一樣的市場區隔，這次的經驗也奠定了他往後創立旗下集團之喬治派克的基礎，如今喬治派克在台灣有 80 多家店，也到東南亞展店。

很多人都說我們這代賺錢很難，但其實覺得應該要自己多去外面走走看看，用

別人的世界轉化自己的眼界，如果能先人家一步看到不一樣的市場做出不一樣的區分，那就能讓自己領先別人一步，當有一天我能成為被別人學習的對象時，那就應該是我搶先了甚麼商機了吧?!一直相信當自己想法被抄襲模仿時一定是有所長處或特別才會被別人學，任何小事或小改變都能是創新，但能把這些小事玩得讓大家驚豔才是最難的。但在這之前我必須先學習他人的成功模式，慢慢的累積自身的實力才行。

系級：餐旅碩一 學號： 405246100 學生：林宗毅

2017 台北國際連鎖加盟大展-春季展將於 2017 年 3 月 16 日至 19 日於台北世貿一館舉行。因為課堂的關係，得知有此次的加盟展。由於在未來其實也有想要創業的念頭，所以對於這次的展覽蠻有興趣的。雖然說在未來有想創業的念頭，但是並沒有具體方向，也因此利用這次參展多去看看。

這次活動，我看了一些飲品店，有一芳、coco、草本茶集...等等，也有看見上游設備供應商。經由展覽，我可以更了解現在市場的運作方式與日後趨勢，也可以對各相關店家做些詳細的比較，清楚得知每一間店的特色之處。像是本草茶集，雖然是飲品店，但是主打養身健康，本身也是從中藥行轉型而來，對花草、藥草也有一定的基礎。

除了看一些品牌外，也去聽了創業小講堂。聽到的課程內容是在強調創業所需的資金來源。其實若要創業，資金真的是人人都會遇到的問題。內容也提到強化創新性創造價值投資、幫助別人賺錢最值得投資、做企業外部創新夥伴、跨國跨城創新價值、對準政府政策，這些內容，說真的對於以後要創業的人都必須好好思考！

過去的我其實只是想要有一間屬於自己的店，這種很單純的想法！但是現在發現，要真正打造一間成功的店面真的不容易，許多方面都要好好思考。創業資金的來源、明確的定位以及許多小細節。想要成功，就得細心縝密；但是細心縝密，不見得成功。

系級：餐旅碩一 學號： 405246136 學生：謝霈賢

我聽的是禮拜五 12 點的創業主獲利方式，講者為陳啟華先生。演講中，陳先生提到目前加盟連鎖的大宗為餐飲業，確實本次參加加盟展共 92 家加盟主，其中屬於餐飲集團的加盟主共有 70 家，又以飲料以及早午餐為主。為什麼呢?因為這兩者的技術門檻較低，所需要的資本額也較低，因此擴展速度可以快。而加盟主主要是以什麼賺錢呢?陳先生提到，最主要是以販賣原物料給加盟者，藉此牟利，因此增加加盟數，可以增加加盟主的營收，而且我們可以觀察到的是，加盟主的直營店大多不超過四家，因此不會因為管理直營店而浪費過多資源。

其中陳先生有提到加盟主成功的要素有四點:1.定位 2.消費客群 3.創新 4.規模，這跟老師說的也是十分的相符。

參展的時候，我們主要以早午餐為目標做訪談，因為在這次連鎖展之中，早午餐連鎖業者有 11 家，因此我們想了解到早午餐目前的現況，在訪談之後，我們發

現，現在的早午餐店慢慢地進行轉型，以拉亞而言，從一開始早餐店，現在開始加賣中餐，以期延長餐期增加營收。甚至我們看到麥味登從一開始的早餐店轉型為人文咖啡館，延長其營業時間至晚上十點。但是成功與否還需要時間來驗證，就麥味登這一部分我是相當不看好的，因為麥味登在轉型之後，並沒有其特色，咖啡豆等級不算高等，而且延長營業時間，相對的人力成本以及水電費用都會上升，在咖啡店這一塊，若是沒有其特色以及規模，我想失敗率是相當高的。

在這次參展中，滿吸引我目光的是加水站的部分，這次參展的加水站加盟廠商有兩家，而加水站主要分布是在南部，但是我覺得北部缺水的問題一定會日益嚴重，因此這會是相當不錯的一個商機。

系級：餐旅碩二 學號： 405246186 學生：林佳樺

想賺多一點錢就要自己開店，當別人員工就是永遠幫別人賺錢，而加盟對我來說也只是幫別人開一間店，這是我一直以來認為的事，所以我想自己開一間店，能養活自己甚至多賺一點錢。

但上了創業課並去參加了加盟展後，我對加盟的看法也有點不同了，加盟雖然是掛著別人的牌子，但是所有賺的錢都還是自己的，且從開店到經營一切都會有人從旁協助，我覺得對一個想創業但沒有足夠能力的人來說是一個非常好入門的創業方法，基本上只要有資金再加上一些遠見、熱情、耐心，當然最重要的是挑對品牌，這樣我想大致上就能穩穩地開一間自己的店了，雖然我覺得運氣大過一切，但事情評估也很重要，尤其是跟財務有關的規則，要確實做好功課，從店面選擇到原料進貨成本，大大小小的支出都會攸關一間店的存亡，當然要開一間店，口袋要先有一定的深度，熬過了前面各種成本的折舊及分攤的費用後，回本了，才能開始賺錢，所以那個口袋的深度要怎麼來，以及怎麼使用，就變成是一個最重要個課題了。我在加盟展聽了一個關於資金的講座，資金的來源除了自有財產及借貸以外，是可以申請政府補助的，青年創業圓夢網、中小企業處馬上辦服務中心等等，有許多的資訊來源可以好好地做功課，但還有一項可靠的資金來源，也就是投資，那關於要怎麼讓別人能投資你，當然需要有策略來應對一、強化創新性，創造投資價值；二、能幫別人賺錢的最值得投資；三、成為大企業外部創新的夥伴；四、跨國跨域創造新價值；五、對準政府政策補助(1)綠能科技 (2)亞洲矽谷 (3)生活醫療 (4)智慧機械 (5)國防產業，以上這些不外乎就是結合未來趨勢，並能夠洞察別人所看不到的遠見，重點是要能展現自我創新價值，才能讓別人願意投資你，有了更多的資金，才能賺更多的錢。

系級：餐旅碩二 學號： 406246016 學生：翁譽真

中午場陳其華先生的演講，卓群顧問公司的首席顧問。講關於「連鎖加盟總部的第一步」。

加盟總部最重要的，品質、服務.....都要一樣。90%連鎖加盟都屬供貨性總部(特許加盟)。前店後場是最控制品質的。總部的功能在於，輔導、加盟。總部最難的

是：管理人事務。其總部經營步驟：

新品開發、教育訓練、加盟招商、物流配送、品牌行銷、支援輔導。

- 供貨型總部：基本提供。初期—品牌、實體店面、商品、SOP、培訓。

營運—行銷、供貨、培訓、督導。

需要大量市占率才有辦法賺錢，至少過30加以上，基本門檻。

- 連鎖型總部：管理、規模。這行業屬於現金生意。小秘密：250萬給總部，有內用至少賺200萬，沒有野至少100萬。

老師提問要選擇，一個品牌 100 家，還是 5 個品牌 20 家。

我是學生，目前暫時也沒有資金創業的情況下。來到創業展還是非常興奮。覺得有朝一日能有自己的品牌，行銷全世界該有多好。這大概也是許多人的遠景和夢想之一。展覽中其中最吸引我的便是COCO海外擴張事業，還特別和學妹一起去問了一下，了解狀況。想要從台灣出去，除了受限於當地法規和相關規定外，他們希望是對當地有一定了解程度，一起經營一起創業的這種互相合作型態，但最大的前提，就是要有能創業的資金。

其實我的期待是，除了像鬍鬚張、鼎泰豐……成功連鎖企業將台灣傳統美食推向國際，我也能創一個行銷台灣美食的餐飲王國，幫台灣傳統美食發揚國際，曾經想過的是豆花類相關產品。目前已有再運型的魏姐包心粉圓來說，還未有規模擴張能力行銷至世界各地，希望有朝一日他們能聞名國際。

我希望未來我有能力有那個契機，將台灣一項，甚至好多項的食品，觀光化，行銷全球，還能進而帶動台灣觀光發展及相關的事業。夢想偉大但不易實現呢！

系級：餐旅碩二 學號： 406246028 學生：林汶旋

「沒有市佔率，很難有總部」，門檻是三十間，講師說到在兩百萬的加盟金中，總部能賺取八十萬加盟金，雖然總部能賺取加盟金，但總部的責任重大，百分之九十的總部是屬於供貨型總部，勢必負起原物料的責任與物流，人事肯定更是不可或缺的，因為總部的功能便是管理，所以其實總部並不好當，建立良好制度也是一項難題，並且如果沒有足夠的規模與好的管理，總部很難有獲利，更何況制度若不好，容易崩盤，因此即便規模是最重要的，也得切記「貪快揠苗助長，自負輾車失速」。

成功的連鎖業者，清楚自己的市場地位，未來發展的版圖，眼光不止於店家數的成長，更在乎永續經營，或許沒有在文宣上面有明確的加盟金額，但是更在乎與業者之間的共識與認知，反之，無法明確說出自己的特色、客群，只希望快速成交的業者，甚至模糊焦點，請來模特兒站台，風險不但大，並且讓人對專業度極度質疑。

在展覽中特別有印象的是一芳水果茶，在近期竄起，非常的火紅，但一芳水果茶的品牌故事，卻不特別吸引人，主打的天然食材，在民眾逐漸講求天然及健康的環境下，也不能算為特色，總體來說並沒有太大的回購率，或許能在短期競爭，但以長期來說令人堪憂，在展覽中一芳斬釘截鐵地說出能在一年內回本，我認為他們

沒有足夠的經驗能如此肯定，雖然他們已在大陸拓展市場，但是台灣與大陸畢竟還是有差異，能在大陸拓點，並不代表成功。

系級：餐旅碩二 學號： 406246078 學生：李佳蓁

此演講主要為透過管理者的經驗，從品牌展店數量的掌控、不同的營運階段和模式、人力訓練及配置等不同面向，針對加盟總部業者提供經營方向及技巧。

首先，連鎖加盟代表著當顧客進入相同品牌、不同店家時，期望的到的是同樣的商品以及同樣的服務，這時，總部必須思考如何控制品質，及如何訓練人力。當產品需要一致時，以餐廳為例，是否要捨棄前店後廠的經營模式，而改選擇使用加工商品，降低品質不穩定的機率，品牌需要非常清楚的定位自身的產品及目標客群。連鎖加盟的經營方式對加盟者帶來的好處，如先前累積的知名度，是否優於他帶來的劣處，如相同品牌的相依性等，則是加盟者需進行先前的評估。

當總部想要增加自身品牌的知名度時，可以透過以下方式：創業說明會、網路行銷、實體店面、參加加盟展等。總部欲快速展店時，可以透過參與加盟展，觀察及學習其他品牌是如何向民眾招商、提出哪些加盟條件、如何宣傳自己的優勢等，進而增加加盟者，降低總部的成本。

我認為經營一家獨立店面有非常多的事情要去學習，經營一家連鎖商店更是需要時間和金錢累積出經驗，透過講者的分享，了解到加盟店數量的掌控也是一門學問。令我印象深刻的是講者對台下的聽眾提問，若你是老闆，你希望以同一個品牌開立很多加商店抑或是以多個品牌，開立較少的店家數？我選擇後者。以台灣的餐飲業為例，許多集團都針對不同的客群，創造出不同定價及風格的餐廳品牌。講者提及，當加盟店家未超過30間時，無法供養總部的管理成本，但在加盟店超過50間時，若管理制度沒有完善建立，相較之下公司則很容易崩盤。

最後，講者一再強調，作為加盟總部，以管理面的面向最艱難也最重要的是控制商品的品質以及人力。總部需進行新產品的研發來增加顧客的新鮮感，也必須時常舉行教育訓練、支援輔導加盟主店家的經營。若品牌規模夠大，則可自行進行物流配送，進而降低成本。以及，清楚規劃及定位品牌，推出符合品牌形象的行銷方式，加盟招商，擴大規模並增加獲利的機會。

## (二) 企業分享心得一：濬品食品股份有限公司

系級：餐旅碩二 學號： 403246041 學生：林盈好

簡嘉程，冠軍咖啡，很有名，也看過本人，卻是第一次看到他現場製作咖啡，看到其操作咖啡的每一步驟都十分細心，也不難看出他對咖啡的仔細與堅持。伴隨著咖啡香，Sandy 學姊開始一一介紹濬品食品有限公司。

濬品一開始是由一家早餐店開始起步，而簡嘉程也是想賣好的咖啡，進而學習沖煮咖啡，從 Jim's Burger、Coffee88、濬品食品有限公司、Peace and Love 及品牌簡嘉程，每一個店面都有其成長的意義。咖啡捌拾捌，是開始烘焙咖啡豆，販賣咖啡商品及一條龍的生產作業模式的開始，並設有 88 小學堂，進行會員制免費課程訓練，將咖啡的訓練及知識傳遞下去；濬品食品有限公司，設立咖啡烘焙廠，進行咖啡豆商品的批發及生產、設立咖啡訓練教室，培訓參賽選手，及專業咖啡師、設立咖啡實驗室，進行咖啡熟豆品質的檢驗與測試，進一步的除了擴展知識，進而培養人才以及進行品質的統一；Peace and Love，擴大店鋪的營運；品牌簡嘉程，打好名聲並開始網路商品的販賣。濬品食品每開一家店，都有不一樣的意義存在，雖然目前 Peace and Love 因為內部原因，必須要停止腳步重新調整，但他們肯正視問題並想辦法解決，我覺得是企業很重要的一部分。

簡嘉程有提及，現在面臨的困難其實是人力，雖然他們想要培養「人才」，但現下的年輕人似乎只會想要擁有「興趣」，對於其艱難的訓練過程及漫漫長路，顯得害怕而畏懼，只會淺嘗則止，對於店家來說，人力成本的控管上會是很大的問題，花了心血培養，卻總是沒有辦法有結果。而如何去與員工進行溝通，我想這是濬品目前來說很重要的部分。

此外，我較有疑問的部分是，為什麼簡嘉程一個很好的品牌，卻似乎沒有好好的去運用？只要打上「簡嘉程」，有接觸咖啡的人自然而然會了解，像是咖啡捌拾捌、Peace and love，其實都無法馬上與簡嘉程進行聯想，我覺得這是比較可惜的地方。

濬品食品有限公司，會做一些很有意義的事情，如國道送咖啡，或是正出發的雞蛋糕與咖啡的環台，這是會讓人感動的企業，也是值得經營下去的企業，盼其未來能找到對於培養人才之方法，好讓其價值能繼續留傳與經營。

系級：餐旅碩二 學號： 4042460153 學生：宋佳全

聽完 Cindy 以及 簡嘉程 為我們介紹完濬品食品有限公司後深深感受到了簡先生對於咖啡的熱誠並第一次瞭解成為咖啡大師背後的辛苦付出是多麼的令人敬畏。由於學姐沒有清清楚楚地道出目前公司的處境，我將以 SWOT 分析表達我透過他們的報告而瞭解到的濬品食品有限公司：



Strengths 優勢	Weakness 劣勢
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 優質的技術</li> <li>• 擁有咖啡大師冠軍光環</li> <li>• 多元化的發展（咖啡教室、早餐店、咖啡廳...）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 人力成本高</li> <li>• 與員工溝通不善，感情聯繫不佳</li> <li>• 品牌多樣(單一還未成熟及發展新的)</li> <li>• 行銷方式還有待改善</li> </ul>
Opportunities 機會	Threats 威脅
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 台灣咖啡市場正慢慢擴大中</li> <li>• 懂的品嚐咖啡的台灣認人益漸增</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 政府政策使得人力成本增加</li> <li>• 雖然台灣咖啡市場擴大中，速度卻挺緩慢</li> <li>• 開咖啡廳為一種熱潮</li> </ul>

在了解到以上，並聽到簡嘉程對於他們目前所遇到的挑戰，如：人才留不住以及大眾無法了解咖啡的好... 心中有了不少想法。我認為在人才方面他們的想法確實與我們這一代有些微的差異。就以簡嘉程以半開玩笑的方式舉的「為什麼咖啡師要刷馬桶」例子，我大概就可以理解為什麼他會說現在的年輕人不好相處。其實在我的想法裡工讀生與咖啡師本來就兩回事，我想這點學長有需要再思考一下。

營運的方面雖然學長姐沒有特別介紹目前店裡的狀況但是其實我已經有所耳聞，尤其有關 Peace and Love Café。我覺得該企業很可惜的是他們的優勢無法傳遞給消費者，身為一位咖啡愛好者很希望他們能找到適合他們並且能幫助他們發揚理念的行銷以及銷售方式。

我的想法是，既然資源有限，怎麼不嘗試似 wilbeck café 或 cama café ？將好的咖啡賣給懂咖啡卻沒有時間好好坐下來享受的人。

系級：餐旅碩一 學號：405246021 學生：陳筠叡

由台灣咖啡冠軍簡嘉程於2013年創立，以技術為導向，以餐飲體驗與顧客溝通，開發咖啡相關商品，從一顆種子到一杯咖啡，完整呈現，並注重顧客感受與體驗，在餐桌上重現出咖啡產區的風土之味。

今天請來的分享者是他的老婆，然後簡嘉程學長還請我們喝他親手調製的咖啡，今天他們跟我們分享的我覺得已經不僅僅是在咖啡這一方面，還有的是回饋社會，像是他們還會去台東戒治所，因為那邊的勞動服務是種植咖啡樹，他們會種植但不會烘豆跟保存，所以請到簡嘉程學長去幫他們上課，然後簡嘉程學長也有分享他在高速公路收費員被資遣時，有拿他的咖啡去請他們喝，其實他可以不用這樣做的，不過他覺得這是他能做的小小舉動，但對我而言這不只是小小舉動，這是一種我終於有能力可以去給別人溫暖的感覺，今天如果我捨不得分享我的資源我的專業，那我就不會看到這些收費員簡單滿足的笑容，當我們在覺得不夠好或是賺的錢不夠多時，我們如果能試著給其他人一些幫助一些關懷那我們就能體會到其實自己很富有。

聽他分享他們咖啡的心路歷程，其實沒有別的就是要堅持加不怕吃苦，而且學長的老婆有說到一句話：「團隊的成功並不是個人的」，很多人在成功時便會忘記幫助過他的隊友，所以我覺得這句話很重要。

系級：餐旅碩一 學號： 405246100 學生：林宗毅

濬品食品有限公司，由台灣咖啡冠軍簡嘉程於 2013 年創立，以技術導向，以餐飲體驗與顧客溝通。開發咖啡相關商品，從一顆種子到一杯咖啡，完整呈現，並注重顧客感受與體驗，在餐桌上重現出咖啡產區的風土之味。

透過這次的企業分享，我對於簡嘉程先生有些微的認識。對於其公司旗下品牌也微微的了解。此外，技術、管理、行銷，三個重點成就了現在。其實我打從心底覺得簡嘉程先生很厲害。他並沒有相關背景，而是透過想要給客人一杯好咖啡，而造就了現在的他。「從跌跌撞撞的人生路上追尋夢想、建築夢想、進而達成夢想 而夢想之後，並非終點、也不是中繼站，對他來說，一切只是剛開始。」因為夢想，而努力追尋，是大家都會想的，但是不放棄不被現實打敗的人卻不多。簡嘉程會是我想要去努力的目標，並非在咖啡上，而是對自己夢想的的一個態度。

系級：餐旅碩一 學號： 405246136 學生：謝霈賢

我認為 PEACE AND LOVE 缺乏的是專業化的管理制度，畢竟老闆跟老闆娘非本科出身，所以我認為可以利用我們的專業知識，然後觀察現場所發生的問題以及解決方法做出討論。希望能找出一個兩全其美的辦法。

系級：餐旅碩一 學號： 405246186 學生：林佳樺

聽了簡嘉誠學長及 Sandy 學姊的報告，學長從一間早餐店開始起家，但因為對咖啡的熱情，所以開始了自己烘豆、練習並參加比賽，還贏得了冠軍，開始了他的咖啡之路，藉著冠軍咖啡之名，許多想品嚐好咖啡的消費者慕名而來，所以接著開了咖啡廳，當然也有很多想學習咖啡的人前來學習，學長花了時間、心力甚至金錢在栽培後輩，栽培的也很成功，但是卻面臨了人才出走，這是一個需要解決的問題，還有面臨大環境下，這麼多的咖啡廳、競爭者，冠軍咖啡要怎麼才可以讓更多人知道、讓更多人品嚐到呢？學長創了很多個新品牌，但是否都有讓客人感覺到與咖啡冠軍的連結？希望我們這組能夠替學長找出幾個能夠改善的地方。

系級：餐旅碩一 學號： 406246016 學生：翁譽真

簡嘉誠咖啡，下午聽完，心動不如馬上行動，跟著冠軍咖啡簡先生，開始來環台咖啡第一站—桃園藝文特區。看著簡先生組裝他的生財工具，腳踏車咖啡到開始被好奇的路人攔下，販售一杯一杯充滿愛心公益心情的溫暖咖啡。一旁側錄得我，心中都有著錯綜複雜的心情。一杯咖啡賣到高昂的價格，除了它賣愛心做公益外，其中附加價值便是簡先生當初努力奮鬥得到所謂的「冠軍咖啡」頭銜。站了一天，

學到如何衝出一杯咖啡的技巧和懂了相關設備，並且獲得一些相關咖啡知識，心身疲累之虞，也獲益良多。並切了解到台灣咖啡市場的廣大。

系級：餐旅碩一 學號： 406246028 學生：林汶旋

簡嘉程以技術為導向，公司走產品一條龍的方式，內部的資源是比較容易控制及掌握，並且從簡嘉程到各大企業做教育訓練來看，在業界是有一定的知名度和肯定，但是對一般消費者卻沒有很多的認識，甚至有些消費者完全沒聽過簡嘉程，即時有在台東戒治所為社會上付出一些心力，還有在國道溫暖送咖啡，或是出現在一些咖啡器材的廣告裡，但是消費者對簡嘉程的認識，依然沒有太大的改善，無論用意是出自什麼，如是以行銷構面的效果顯然很有限。濬品旗下目前歇業的Peace & love Café我認為要展現職人的精神，不要銷售其他除了咖啡以外的餐點，走出差異化，曾經我在日本看過一間職人咖啡，咖啡廳除了咖啡以外，別無其他商品，我想Peace & love Café 可以嘗試這樣的方向。

系級：餐旅碩一 學號： 406246078 學生：李佳蓁

很榮幸能在一大早就喝到冠軍咖啡師的手沖咖啡。

Sandy 為我們簡介簡嘉程咖啡及濬品食品有限公司的經營歷程，從 Jim's Burger 開始，他們希望不同於以往印象中的早餐店，而是提供顧客在享用早餐之餘，也能享受到品質良好的咖啡。接著成立了 Coffee 88，及 88 小學堂，透過工作坊的形式，讓有相同興趣的同好聚在一起，互相分享不管是品嚐咖啡、拉花課程等的心得。另外，在 2013 年成立了濬品食品有限公司，透過經營總公司，管控原物料的品質及進出口。再來則是 Peace & Love Café 成立，開始也銷售餐點。最重要的是推出簡嘉程咖啡，以冠軍咖啡師之名，致力於培訓參賽的咖啡選手，以及在網路平台上販賣自己烘焙的咖啡豆。

簡嘉程先生也和我們分享，他希望透過手沖咖啡傳達給民眾一種幸福的氛圍，並且教育更多顧客，了解手沖咖啡知識。雖然在訓練比賽的過程中十分艱辛，需要長時間不斷的練習、不斷的試飲，很多想成為選手的人都無法熬過這一段時間。然而，在獲得冠軍之後，擁有了優越感，則自我檢視得到冠軍後能夠為社會貢獻些甚麼。因此，他們進行了國道送咖啡、台東戒治所的咖啡教學等，都是希望能以自身的力量，回饋社會。更特別的是，簡先生也學習製作糖葫蘆及雞蛋糕，希望把幸福的感覺傳遞給不能喝咖啡的小朋友。

然而，公司現在最棘手的問題則是開發商品後的行銷以及人力成本的問題。

目前 Peace & Love Café 暫時歇業中，因為商品宣傳不如預期，餐廳無法達到損益平衡。人力運用方面，最困難的問題就是人才如何變成資產，或是只能成為耗材。在訓練選手上，公司需要消耗極大的成本，但是流動率太高，雖然大家一開始都有遠大的理想，但事實常常會將夢想給磨滅。在管理者的角度，也要思考如何在技術、管理(財務、團隊合作)及行銷三個面向上或的平衡。從他們的核心價值「咖啡職人精神」是否能透過推廣教育延續下去也是公司經營的方向。

最後，簡嘉程咖啡也結合了攝影愛好者，製作了各式各樣美麗風景照片的咖啡包裝，以相機的盒子販售，我覺得是一個非常有故事又有紀念性的商品。

### (三) 企業分享心得二：瑪納有機社會企業

系級：餐旅碩二 學號： 403246041 學生：林盈好

瑪納，第一個印象就是輔園的餐廳「瑪納社企」，當初開幕的時候，其實只知道他相較於其他的餐廳來說，比較健康與養生，之前大學的時候還沒有感受，直到研究所才有所接觸。而從這次演講中，更進一步的發現，原來其實菜餚皆是來自於有機的，卻長的比較醜，較難賣的食材，用這種方式去處理而不會浪費。

雅楨學姊與文心學姊分別介紹了瑪納，從社會企業開始，他們說：產業發展是脫貧的最快方法，『文化』卻是促成成功的重要因素，這句話很有道理，的確，發展是最快的方法，但文化卻是能夠紮根、深入人心並影響是帶的因素。此外，在面對問題的時候，有三個要素：把自己放入問題中—實地了解、真誠傾聽並以當事人為主體，才能苦其所苦，了解其問題所在；把自己抽離問題之外—從更高的觀點思考、創造性重新定義及尋找新的途徑，人家常說的當局者迷，要跳脫現有的框架，才能釐清真正的問題點，並找到正確的解決方法；帶著改變的自己重回現場，促進改變的發生—建立連結，努力實踐並保持正直勿忘初衷。這些觀念其實聽起來很簡單，卻要實踐真的很難。

瑪納主要在有機農業生產系統上，增加從是有機農業的人數和面積、利用新方法提升有機農業管理技術並強化在地組織，培訓幹部團隊。像文心學姊就幾乎駐點在南投，協助當地原住民去進行有機農業之生產。此外也有在體驗旅遊產業系統上進行努力，打造有機部落基礎平台、部落旅遊開發及合作及部落健身房，都是很有趣的想法，但要如何去實踐，似乎還在努力當中。

在演講的過程中，我完全可以感受到瑪納的意義及熱情，除了地方偏遠，較難吸引客人停留外，還有一個特別的地方，也就是學姊提及目前的幹部似乎都是女生為主，男生幾乎很少留下來，這其實也是一個值得令人深思的地方。多數產業都是男生較多，女生相對較少，但對於這個有意義的社會企業，怎麼會有這種狀況呢？值得我們去深思。

系級：餐旅碩二 學號： 4042460153 學生：宋佳全

相較於濬品食品有限公司，光源社會企業相對成熟許多。聽了她們的介紹對於社會企業有了更深的了解，以前雖然了解社會企業的精神卻不知道在營運上他們是如何面對所遇到的重重挑戰與困難。輔原社企一直是我每次在學校用餐的首選，原因很簡單，就是因為他較其他攤位為清淡、健康、並且價格合理；在聽到大學姊來分享前，都曾未意識到自己正支持著一個這麼偉大社會企業。看著他們各個品牌，從最早的原動力社企、青少年夢想起飛計畫、輔原社企、Manna light Fun……都可以清楚看見他們的使命。我很欣賞他們所提倡的將自己先以身設想而後脫離問題之外以理性的觀點思考再進一步的重回現場併改變現況的這種思想核心；這讓我感受到，要幫助他人首先必要得是要有同理心並瞭解欲幫忙的對象，他們真正的所需為

何才能真正解決問題。

對於 Manna 咖啡目前所面臨的挑戰就我個人的理解，是他才剛起步，對於自己的定位似乎還沒有非常的明確。學姐有分享說，他們想要將咖啡廳結合休閒體驗；那麼他們瞄準的客群將會是家庭、學生郊遊還是別種客群呢？如果客群還未明確劃清這樣休閒體驗的行程將如何設計？

以下我將利用 SWOT 分析來表達我對馬納咖啡的了解：

Strengths 優勢	Weakness 劣勢
<ul style="list-style-type: none"><li>• 自然資源豐富</li><li>• 原住民名文化特色</li><li>• 社會企業</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 地點偏僻</li><li>• 交通不易</li><li>• 定位尚未明確</li><li>• 非營利組織</li></ul>
Opportunities 機會	Threats 威脅
<ul style="list-style-type: none"><li>• 休閒體驗為一種潮流</li><li>• 咖啡市場日漸擴大中</li><li>• 大眾普遍支持社會企業</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 政府政策使得人力成本增加</li><li>• 陽明山的主打場品味茶類</li></ul>

我認為學姐有關休閒體驗的想法 (eg. 森林健身房) 其實是一個很有趣並且有發展性的想法！現在人都講求健康，如果在休閒之時還可健身，一定可以吸引不少年輕族群！或著有關客群定位的部分，不仿試著利用原住民文化以及陽明山的優勢，吸引外國客群，提供文化與休閒同步的體驗活動呢？

系級：餐旅碩一 學號： 405246021 學生：陳筠叡

瑪納社會企業是以社會目的為使命的事業，他們協助阿里山上的鄒族改變種植型態，瑪納社企給予他們觀念，教他們種植有機食品，不再只是給魚吃的概念，他們教導這些原住民如何釣魚而不只是怕他們餓就餵魚吃，瑪納要教他們的是永續，在我們種植農產品時也要關心到我們是否會對社會土地造成傷害，所以瑪納社企都會教導他們種植有機農產品，我覺得這在未來應該會是趨勢，現在大家會越來越注重環保與養生，而我本身家裡也是在賣水果的，所以這次有機會到現場看所謂的有機種植我覺得應該都會收穫不少，不管跟企業合作的如何，我一定還是會看到我平常所看不到跟體會不到的事情，如果能把我在瑪納看到的精神傳達給我的客人我想他們應該就更能接受不以價格去區分一個產品了吧！而且直接下去體會他們的生活我想這是件很難的事情。

系級：餐旅碩一 學號： 405246100 學生：林宗毅

社會企業是以社會目的為使命的事業，瑪納就是如此。「產業發展是脫貧的最快方法『文化』卻是促成成功的重要因素」，產業發展的越快速，其經濟發展會較為發達，但是若所有地方的產業發展都相同，那麼就不會刺激外來客群，此時文化就是

個很關鍵的因素！光原社會企業透過文化、環境與經濟來進行事業的冒險旅程。

雖然在校內常吃社企的產品，但是對於其背景實在有些模糊，透過這次企業分享，對於其有機農業生產系統與體驗旅遊產業系統有大致的認知。環保意識一直以來都是個趨勢，只是要如何運用並執行則是一個大問題。光原社企有好的土地、好的產品，但是要薪火相傳下去則會面對更大的挑戰。

系級：餐旅碩一 學號： 405246136 學生：謝霈賢

我覺得瑪納本身得組織結構已經相當完整，但是都還在開創的部分。所以選擇瑪納一定可以學習到相當多的東西。

系級：餐旅碩一 學號： 405246186 學生：林佳樺

從阿里山特地下來跟我們講解瑪納社會企業的核心概念，以前完全不了解的社會企業，我們稍微地了解他們如何運作及困境，阿里山是台灣一個很有特色、非常美的地方，但是在阿里山上有許多較弱勢的原住民們，他們沒有辦法隨時與都市交流，基本上都過著自給自足的生活，所以相對地比較辛苦，所以瑪納試圖能讓都市的人們也能感受到山上的純樸、乾淨，他們將山上的有機產物帶來都市讓大家吃得健康，也讓山上的農民們能夠獲得更好的利潤，能夠稍微改善生活，但由於距離都市較為偏遠、工作內容也比較興苦，所以比較少人願意上山去工作，所以也面臨著人力不足的困境，所以有著好的想法卻心有餘而力不足的困擾，值得我們去替他們想出解決的辦法，希望能讓這種好的企業傳承下去，讓山上的弱勢族群們的過得更好一些。

系級：餐旅碩一 學號： 406246016 學生：翁譽真

瑪納社會企業，也是我從大學時期便有的，已前也經常是他的顧客。好吃真的不在話下，其創業理念也是令我佩服。如果能因為這份作業上山走一回，真得是很棒的體驗。

系級：餐旅碩一 學號： 406246028 學生：林汶旋

瑪納有機，最重要的是組織認同，深入他們的文化，才可以獲得原住民的認同，同時也能了解原住民的問題，並且把自己放進問題當中，唯有這樣才能達到「原住民的成功，就是瑪納的成功」的核心。而原住民所能從事的大多是農業及畜牧業，這些都需要長時間的等待，才能夠獲得收入，因此體驗旅遊這樣的方式，可以讓原住民能在較短的時間，有穩定的收入來源，不再僅止於農業及畜牧業，體驗旅遊透過加入，原住民手工工藝、原住民的菜餚教學、田園體驗等等，讓原住民來教導遊客，從中獲得收入，或許能夠解決一些原住民在等待獲利的過程中放棄的機率。

社會企業是以社會目的為使命的事業，馬納透過和阿里山原住民朋友不斷的溝通，協助教育他們有機農業的知識，以自己栽種能作物販賣後獲得的利潤來維持生計，另一方面，更因為無毒的栽種方式，不僅讓孩童回歸大自然的懷抱，更提供後代能永續經營的土壤及環境。

講者提及，他們的工作即是不斷的盤點現有的資源，不斷的挑戰面對新的客戶。當理想、文化、經濟產生衝突時，則要努力繼續堅持作對的事，努力和農民溝通，來落實機構最原始的理念。也提到讓他們感受最深刻的就是，當你跟甚麼樣的人工作時，就會變成那樣的人，不能總是以自己是老師的身分，而是要懂得如何抽離自身的想法、融入當地的生活環境，才能讓當地的農民感受到機構是以他們為主軸，希望他們變得更好。

在教育訓練方面是很艱辛的一門課題，除了在灌輸原住民朋友一些新知識外，社內員工的參與情況也很難掌握。目前他們致力於創立有機農業的生產系統以及體驗旅遊產業系統。透過農產改造，凝聚居民的向心力，增加新科技的使用範圍，得以更精準的掌握居民的工作情況及產物的生產狀態。創造出新的商業模式，並引進新的人力。

另外，我認為產出的商品及光原社企的形象也能更加宣傳、行銷，讓更多民眾了解到他們的使命，試而增加收入，讓他們有更好的獲利，幫助更多的人維持生計。



#### (四) 企業分享心得三：輔仁新創公司

系級：餐旅碩二 學號： 403246041 學生：林盈好

輔大一粒麥，我們校園熟悉的校園咖啡，由希軒老師指導烘焙的咖啡豆，談總經理從整個公司背景談起到如何經營中小企業。輔仁新創商業股份有限公司的成立是是為了要展示輔大教師技術研發成果之商品以及輔大培育進駐廠商、產學合作廠商產品而建構的自有校營企業，其目的是希望透過輔仁大學的把關與審核，提供社會大眾一個安心、安全及創新的消費通路及商品，同時建立輔大安心、輔大驗證的品牌印象，打造出具有輔大「真善美聖」理念的校營企業，因此「輔大一粒麥校園技術成果展售平台」因運而生。

之前聽說一粒麥要走出校園，故其 LOGO 經過了三次更改，到現在的 Easy Mind，整體來說最大的差異是去輔大化，但這也是公司兩難的地方，校方考量的是若出了問題，輔大會遭受牽連，但若以企業來看，若沒有輔大的品牌，一粒麥很難找出其特色打出一片天。雖然談總經理提到公司的使命是整合輔大資源及技術、商品化並獲取最大利潤，但這似乎只在校園內?要往外打出名聲之際，校方卻又縮手?雖然這沒有所謂的對與錯，但總覺得可以找到兩鄉平衡的點。

一粒麥的挑戰很多，因為其在校園內，主要的銷售是以學生與教職員為主，這也代表了其主要的消費群消費金額平均在 79 元，高單價產品銷售不易。此外，在校園附近的餐廳一定會面對的淡旺季太明顯，會是營收的主要問題來源；而政府的一例一休及調整實新也造成了薪資成本逐年增加。再來就是因為員工都是學生，故園工訓練份量較重，排班上需要配合上課時間，較難排班，而經過統計，平均每位工讀生的工作期間只有八個月，在人力成本上的確是個很大的花費。

而今年一粒麥因為有建立明確的獲利模式，為了提升營業規模，提出了三個方向去進行：提高咖啡飲品及文創商品等高毛利商品銷售量(含輔大相關商品)；增加新品類別、系所合作、校友資源商品、產學育成商品及加強內稽內控及成本管控，進而新增營運據點。

談總經理提及，目前一粒麥的問題還是很多，像是新 LOGO：EASY MIND 除了會讓人聯想隨便賣之外，也已經被註冊過，需要更改名稱，此外人事也是其煩惱的一部分。輔大一粒麥在協助學生成果發表的部份很盡心盡力，盼走出校園後，也能有一定的程度成長。

系級：餐旅碩二 學號： 4042460153 學生：宋佳全

聽完談學長的介紹簡直是又上了一堂有關創業的課！學長透過簡單明瞭的數據以及資料以非常易懂的方式讓我們清楚的認識了一粒賣咖啡的精神以及營運方式，讓我可以不用再透過 SWOT 分析來統整我所獲得的資訊。這個演講可以說是四個演講內我感到收穫最多的一場，學長不只提點我們許多行銷上的不變法則以及示範如何簡單有效率地傳達資訊給聽眾，更是啟發了我們一些創業的精神；列如那句「if

you are not specially unique, you'd better be cheap」……

老師在課堂上有提及到我們應該要練習思考該如何面對與解決由學長提出目前一粒麥所遇到的挑戰，因此我想透過這個心得報告來跟老師分享我的想法：

Challenge 1：薪資成本增加

Challenge 2: 麵包系列產品毛利低

Challenge 3: 主要消費群消費平均不高

Challenge 4: 淡旺季太明顯

Challenge 5: 店面均為工讀生

Action Plan：

- 提高人力資源利用的效率：列如精確預估營業時段的人潮，以避免人力過多分配，浪費資源。
- 開發或著引進新的較高毛利的產品：例如輔大紀念環保杯
- 提供套餐優惠：列如飲品搭配麵包、鳳梨酥、冰淇淋有優惠（冰淇淋的話不仿試試漂浮咖啡？）以提高客單價
- 調整人力資源的利用以降低淡季的營業成本

第五的挑戰我想了想實在是沒有什麼好的方法可提出...

系級：餐旅碩一 學號：405246021 學生：陳筠叡

聽完一粒麥的分享就會知道，原來在大集團下工作需要顧慮的真的很多，不是你怎麼做就可以，必須要透過很多流程往上通報，但往往在通報完的時候都會錯過很多時機，又或者是上位者並沒有直接接觸到第一線工作，所以他們會以他們的思考邏輯去想該怎麼做比較好，雖然這樣沒有不好只是有時候會忽略了下面的人在執行上的困難度，而他們公司的使命便是：「整合輔大資源及技術、商品化並獲取最大利潤」，像是一粒麥這次想要在校外展店，雖然我們可以知道學校顧慮的是名聲問題，但我在想如果一粒麥拿掉掛輔大的名這樣他的競爭優勢到底在哪裡，外面咖啡店比比皆是，中低價位更是競爭的激烈，消費者該如何去選擇及為甚麼他們要選擇一粒麥，如果要用好喝、咖啡豆很好這兩點來訴求，但前提沒有讓消費者先買到第一杯那這些都是白說的，像我自己現在要買就是會覺得方便就買 711 並不會顧慮到說旁邊現在有沒有咖啡廳，除非我是跟朋友坐下聊天才會選擇要去咖啡廳，不然外帶杯我大部分都直接聯想到 711 了，所以覺得一粒麥如果要直接出去外面展店，如果真的不想掛輔大的名那應該至少還是跟輔大要有些關聯性，像如果咖啡豆是由學校一條線生產那大家應該也比較會想嘗鮮吧！如果只是原料是輔大所專業烘培但經營跟輔大沒關西這樣應該還可以吧！

系級：餐旅碩一 學號：405246100 學生：林宗毅

一粒麥之典故出自於聖經中，耶穌預言自己將走上受難之路時說：「一粒麥子不落在地裏，仍舊是一粒；如果死了(麥子落下)，就結出許多子粒來。」「輔大一粒麥」展

售平台將延續服務奉獻的生命意義，秉持著正向、健康、關懷的理念，落在輔大校園中服務每一位教職員工生，讓此精神得以結穗而流傳。

經過這次的企業分享，我更加了解輔大一粒麥的緣由以及公司營運模式。除了公司營運方面外，How to run a small business? 一間公司想要成功，那麼熱忱是非常重要的。一粒麥商標的演進也是一個重點，商標象徵著一間店的理念、故事，越是能夠植入人心的 Mark 越是能成功。雖然一粒麥身處校園，但是我也還沒實際品嚐過，希望可以藉由日後合作來促使我想購買的慾望。

系級：餐旅碩一 學號： 405246136 學生：謝霈賢

一粒麥的部分，因為主要的原因是班別需要更有效率，所以要從每個時段的來客數下手，進一步分析，才可以了解每個時段所需要的人力。

系級：餐旅碩一 學號： 405246186 學生：林佳樺

我們請到了一粒麥的執行長來為我們上了一堂課，有許多的理論雖然在上課的時候我們可能當作考試內容背過，但真的是可以運用在工作上，有許多我們認為簡單的理論要運用在實務上卻是很難徹底執行的，一間明明可以很賺錢的咖啡店，因為是隸屬於學校，所以有很多不同的聲音及需求，不能依照一般的企業運作，再加上會遇到學校的寒暑假，有著無法避免的淡季，這些都不是很簡單能被解決的，所以需要跟執行長再多多討論再想解決辦法。

系級：餐旅碩一 學號： 406246016 學生：翁譽真

「輔大一粒麥」，輔大自創品牌咖啡，從我還在大學部時，看到老師辛苦的帶著他設立一步一步走到現在，有種看著孩子成長茁壯的感覺，心中想著如果能為她付出一些什麼，從中學到什麼，就有莫名波濤洶湧的彭派感。最終我和另外兩位同學負責此部分。

系級：餐旅碩一 學號： 406246028 學生：林汶旋

一粒麥，是由聖經的經文故事與輔大結合的咖啡，LOGO是象徵代表，代表這個企業想傳達出來的情境，去輔大化的同時可能就是去故事化，單以聖經的經文故事為連結，可能改變消費者客群，也可能失去其他宗教的客群的風險，那未來在輔大的醫院的店面，是一個很好的機會，去表達一粒麥咖啡的精神，也是考慮是否要以輔大作為情感連結。現有的LOGO在目前無法註冊的情況下，正是一個改變的機會，從Easy Mind的英文來看，我認為一粒麥的中文更能彰顯其情境，雖然單已在校園內Easy Mind顯然是沒有問題的，因為教職員及同學們都認識，但是跨出輔大校園，儘管是輔大醫院店，迎接的卻是截然不同的客群，因此必須重新思考一粒麥的精神與情境。

很開心談總能以自身在外商公司服務多年的老道經驗，除了和我們介紹一粒麥目前的營運狀態外，也分享了很充足的行銷、廣告的知識。

他提及在品牌行銷上最重要的就是訂定目標客群，和我們在之前課堂上談過的理念相同，當目標客群明確時，業者則能夠迅速的掌握如何符合目標客群的一切品牌溝通模式及促銷活動，也能分析顧客消費模式，了解利潤來源，進而創造更高的營收。

當在經營任何商店或是公司時，身為主管要能清楚確認出問題所在，以經驗來說，當能夠發現問題點時，90%以上的問題都已經解決了。

在台灣，有很大一部分的商業模式是以小公司為單位在進行，課堂上也談論到如何成功經營一家小公司(How to run a small Business)，其中三點是：

- 一、 Expert for this industry
- 二、 100% commitment for this company
- 三、 To work 16 hours in the job

若能力行這三點，公司則能夠穩定下來，可見若想要創業，需要非常強烈的信念以及執行力，才有成功的機會。有強烈使命的公司相較起來較不易失敗。

另外，也談到一粒麥和輔大的連結，當客人和商品有情感的連結，則會大大的增加顧客來店的意願。再者，一粒麥現正面臨排班的困難，因為大部分的同學為工讀生，有些時段需要進行人力的調度，此外，員工訓練也是非常大的成本，需要重整排班的方式。

最後，講者和我們分享：

If you're not meaningfully unique, you better be cheap.

和我們課堂中談論到的觀念相同，若沒有找到產品的獨特性、特殊的價值、能屹立不搖的經典概念、創意，則創業將不會成功。

#### (五) 企業分享心得四：Burger Lab 漢堡實驗室

系級：餐旅碩二 學號：403246041 學生：林盈好

天成飯店漢堡實驗室，是我第一次聽到所有企業合作名單中，最感興趣的一家，除了其是老字號飯店天成的旗下之外，其特別的名稱是最吸引我的部分。正芳學姊從漢堡研究室的品牌開始講起，將漢堡解構、創新後再結合，跟上精品漢堡的熱潮，「Burger Lab」標榜以實驗精神為漢堡創造新的口感味覺體驗，並希望未來能發展連鎖。此外，其依消費力及飲食習慣來做年齡層設定，以 20~30 歲為主，附近公家機關、公司行號、補習班、學生、館內客群及路過人潮、速食愛好者、漢堡愛好者、愛好嚐鮮者。原本以為精品漢堡市價位很高的餐廳，但看了看菜單後才發現，其實以現在學生的消費能力，完全可以負擔的起。

話雖如此，但其所要面臨的挑戰卻很多，如其定位的 4E，就如同老師上課說的，其實有所衝突，要如何大飽口福又能夠保有健康活力？而其提及的舒肥料理、風琴馬里屬，卻又因為場地關係，並無法展現給客人看，去提高其感官進而展現其價值。此外，其提到有開放式廚房，卻又說其餐廳是在另外一個地方，必須從飯店內運送進餐廳，那也就是說其實他的開放式廚房只是呈現簡單得組合料理，那又如何讓消費者一目了然所有的製程進而感到安心呢？如果不能提高克單價，由於其座位數只有 10 個，真的很很少，而其點菜動線似乎又有些不清楚，除了會導致想點餐的客人不知所措，也很容易讓人覺得客滿而放棄進去餐廳。還有，既然是精品漢堡，卻又採半自助及外帶，這也是相互衝突的地方。老師上課說的，精品基本上有一定的價值在，就像貴婦火鍋就不會是打價格戰，也很少精品店會讓客人自助服務，對吧？

漢堡實驗室從定位開始就必須要重頭審視，否則後來的行銷手法再怎麼厲害也無法準確、甚至長久的經營下去。雖然漢堡實驗室有天成飯店當靠山，在財務上沒有太大的問題，但我覺得這家餐廳若重新審視整修，可以殺出精品漢堡的一條血路。

系級：餐旅碩二 學號：4042460153 學生：宋佳全

聽完 Rachel 學姊的介紹後我真是對台灣的本土飯店有了更進一步的認識。在這場演講之前，我還很俗的不認識天成大飯店集團，雖然很常出沒在北車也聽說過牛排配波士頓龍蝦，卻不知道這些都是天成大飯店集團的企業。

在學姐開始介紹 Burger Lab 時期實就已對這間新開的餐廳有了滿滿的疑惑。以下我列出了關於 Burger Lab 的一些疑惑：

- 一開始並不是很理解，一個 200 元台幣左右的漢堡為什麼要使用到成本這麼昂貴的烹飪法；而既然使用了這麼好的烹飪法，為什麼又不以他為主軸，還要多一些讓他失去該烹飪法特色的處理？
- 營運模式與理念有許多衝突之處，eg. 提倡外帶服務卻有醬料自助吧、提倡精

緻漢堡卻在店鋪照片以及菜單上看不出該特色

- 尤其市場定位上所提出的 4E 與學姊提出目前店裡所提供的服務並不相符

雖然 Burger Lab 的疑惑以及問題重重，聽完四場分享與介紹後我還是最希望能夠參與這個案子。原因在於我認為 Burger Lab 他目前擁有很多很棒的資源，例如他的地理位子、料理技術及資源、更重要的是擁有雄厚的資本背景在支撐；這些資源都是許多要創的人他所不擁有的。再加上我個人非常非常喜歡「精緻漢堡」這個概念，同樣是外帶的速食，我就是那種會願意多花一點錢去吃食材較好並且更美味的速食。聽到演講中間終於瞭解到 Burger Lab 的賣店在於精緻漢堡並想主打外帶時，我立刻想到目前在美國很紅的「Shake Shack」，要是天成能夠掀起一波台版 Shake Shack 潮流那該有多棒！我相信以天成大飯店的餐飲背景，這絕對是個很有機會成功的新企業！所以我很高興最後能夠與同學溝通並得到參與此案的機會！

系級：餐旅碩一 學號：405246021 學生：陳筠叡

地點：台北市忠孝西路一段 43 號 1 樓，簡介：以簡單俐落白色調性為空間顏色，融入漢堡食材紅、黃、綠色澤的層層堆疊，全新打造的餐飲品牌。

這次學姊來跟我們分享有關天成的漢堡研究室，覺得新上任的董事長很年輕，所以他想做的很多，旗下也開發了很多的集團子公司，然後這次學姊主要是介紹他們相對比較新的一個餐廳漢堡研究室，學姊是這四次裡面我覺得我比較聽的懂知道說他們要我們做的企畫的點是甚麼，像學姊就直接說他們的漢堡研究室行銷跟動線還有來客數有很大的問題，這樣就比較方便我們直接知道企畫大概可以針對甚麼方向動手，因為之前上過的老師的課所以大概可以知道應該要注重自己的品牌跟定位是甚麼？不應該只是為了賣而賣，失去自己的定位便會容易進入模糊地帶，也會迷失原有的定位跟族群，但我們卻總是會為了提高來客數而去做些行銷、或降低價格來吸引客人，所以我們一定要做好公司的指導原則並確實的執行，這樣才不會背離公司核心。

系級：餐旅碩一 學號：405246100 學生：林宗毅

天成漢堡，座落於台北市忠孝西路一段 43 號 1 樓，以簡單俐落白色調性為空間顏色，融入漢堡食材紅、黃、綠色澤的層層堆疊，全新打造的餐飲品牌。品牌精神將漢堡「解構」、「創新」與「再融合」，並將其定位在精品漢堡。

但是經過講座之後，突然意識到定位與現實是相反的。首先針對 menu 的部分，餐點並沒有太特別的部分，那就針對漢堡而言，我會想到麥當勞。但是其中有表明有推出黑麻麻黑漢堡，不過在加盟展的時候已看過相似產品，所以並不意外。接著精品漢堡對我而言，應該室內用氣氛佳，且使用刀叉食用，但是天成漢堡則與麥當勞、摩斯漢堡差不多。就上述而言，不僅僅是定位上的衝突，特色也沒有發揮出來。除了定位上，我認為銷售方式也有些問題。講座中有提到提高曝光率 (FB、LINE) 但是在 FB 與 LINE 上，我都看到麥當勞、肯德基、SUBWAY 等速食業的相關廣告，每當新產品推出，就幾乎是隨處可見了。相比之下，我對天成漢堡的廣告印象為零。一間成功的

店，其定位、行銷，應該要更明確且更顯而易見，如此一來才可以深入消費者的心，以植入深刻的印象。

系級：餐旅碩一 學號： 405246136 學生：謝霽賢

BURGER LAB 應該是目前遇到問題比較大、比較難以解決的店家，因為其本身屬於天成大飯店，在計畫的執行上會有一定程度的困難，而且本身的定位模糊，相當具有挑戰性。

系級：餐旅碩一 學號： 405246186 學生：林佳樺

最後我們聽學姊介紹了天成飯店的新品牌 Burger Lab. 品牌的定位與執行上有着不少的矛盾，餐廳動線與用餐空間都有著無法輕易改變的問題，所以需要從頭改變，像是餐廳定位、人員編制等等，或許也能先用一些簡單的行銷活動來增加來客數，一個餐點很棒的餐廳希望能夠讓生意能更好，讓更多人能品嚐到。

系級：餐旅碩一 學號： 406246016 學生：翁譽真

天成飯店旗下「BURGURE LABS」，便因此而讓我知曉，也了解到大企業，若要推型或改變一些部分，有多麼窒礙難行。

系級：餐旅碩一 學號： 406246028 學生：林汶旋

Burger Lab. 的品牌精神，我認為對消費者來說太難以理解，當消費者無法區分商品類型的時候，就難以上門消費，並且Burger Lab. 的定位非常的不明確，先以裝潢來說，還不夠足以與實驗室這個關鍵詞連結，門市人員的服裝也是相同情況，同樣還有商品包裝，商品的部分來說如果要以過去作法來看，實驗室精神勢必得花不少金額來不斷大幅度改變菜單內容，但我認為以基本菜單為主軸，每季開發一樣新菜單，就足以吸引消費者，也能給予消費者穩定的感受，包裝上面還需要更專注於外帶商品方面的巧思，讓消費者更為方便，店面的部分雖然佔了地理優勢，但是如何吸引那些不是路過的顧客，而是對面馬路的顧客，或是補習班、上班族的顧客來消費，才是一個長久提升績效之技。

系級：餐旅碩一 學號： 406246078 學生：李佳蓁

漢堡研究室位於台北車站天成飯店的一樓，是個地點極佳的店家，但餐廳生意始終不佳。我們的每一堂課中都有提到，品牌定位及建立營業準則的重要性，我認為漢堡研究室的定位十分不明確，有很大的改善空間。

首先，也者想將此餐廳設為販賣「精品漢堡」的餐廳，使用高級的肉品、師傅精細刀工切製的馬鈴薯、法國主廚設計的高檔漢堡排烹調法，想要以此作為賣點，和麥當勞等速食店做出區隔，但是，業者卻想要主打「外帶」。若是外帶的客人，或是附近辦公室上班族，他們的需求應該不是如此。

另外，因為餐廳位置極佳，但礙於建築法的規定以及維修經費不足，導致無法將

製備過程透明化，只能在飯店廚房備料完成後再將時才拿至餐廳，消費者無法在第一時間看到師傅煎製漢堡排或是炸薯條是非常可惜的一件事。

也因為一樓店面座位數少，卻有很大的面積用來當作沙拉吧，宣稱能夠增加客人製作漢堡的參與感，此也與想要主打「外帶」漢堡的原則不相符，一般時候當我們想要外帶餐點時，講求的是快速，這個流程及餐廳內部動線可以再做修改。業者也提到，當座位不足時，也有機會將客人帶至宴會廳空出的包廂進行用餐，此舉動令人十分不解。

講者提及，飯店主要收入宴會廳的營收遠遠超過一家小小的餐廳，但礙於這邊的地點十分優良，若能創造出品牌特色，成功的使消費者將餐廳與天成飯店做良好的連結，想必創造的不只是單店的能收，更能吸引更多年輕人願意前往消費，扭轉天成飯店老舊的形象。



# 學生成果