

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

天然商品特色化實務—「閒農夫」

學生：魏悅棋 鄒佳璇

陳昱伶 劉羽庭

指導老師：張哲明老師

中華民國一百零八年十二月

明新科技大學
企業管理系
專題製作委員會審定書

魏悅棋 鄒佳璇

陳昱伶 劉羽庭之畢業專題研究報告

題目：天然商品特色化實務—「閒農夫」

經本系委員會審議認為符合本系標準

指導老師：

口試委員：

中華民國一百零八年十二月

授權書

茲授權明新科技大學企業管理系將本組畢業專題研究報告：

天然商品特色化實務—「閒農夫」

以電子出版品方式發行，例如將著作儲存於光碟，以光碟形式發行，或與電腦網路連結，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱讀、列印等，得不限時間與地域，為學術研究目的之利用。

立授權書人聲明並保證對上述授權之著作擁有著作權，得為此授權。唯本授權書為非專屬性之授權，立授權書人對上述授權之著作仍擁有著作權。

立授權書人：

授權人 (簽名、蓋章)	e-mail
	maggie90334@gmail.com
	helen5518581@gmail.com
	ling878834@yahoo.com.tw
	Shellyliu0326@gmail.com

中華民國一百零八年十二月

摘要

現代人飲食習慣逐漸改變，開始講究低糖養生食物，甜點店也開始往養生方向發展，消費者可選擇的甜食也越來越多樣化。加上微型創業風氣普及，因此本研究欲針對甜食產業進行研討，並提出甜食事業之創業計畫書。

採用問卷調查法，以瞭解消費者的甜食偏好與行為。本研究「閒農夫」此品牌主力產品是以健康、便利為訴求的桂花瑪德蓮，經營型態是小型甜點店。

依據調查結果，將本研究創業的經營模式、LOGO 設計、產品與店面規劃、經營成本等，撰寫成創業企劃書。

【關鍵詞】 甜點、閒農夫、創業計畫書

誌 謝

在大學四年的求學生涯中，我們完成了一個目標，是專題，它花了我們將近快一年的時間終於把它完成了，從最一開始專題要研究的方向到完成整項研究，我們由衷的感謝我們指導老師張哲明老師對組員的細心指導及工作繁忙中抽空協助我們完成專題，給予我們很多意見和想法讓我們自由發揮和改進空間，讓組員們在專題中保持著愉悅的心情去學習及求進。

再來必須感謝王惠亞、許含笑老師兩位口試老師，在口試報告完後給予我們許多需要改進的地方及相關建議，讓我們得知專題內容有哪些疏失並如何改善。

最後要感謝的就是我們的組員，雖然專題製作過程中會有些許意見不同，也碰到許多的挫折，但是我們從中成長不少，學會包容組員、尊重彼此，一起協力度過組員們所遇到的所有難題，最終每個人也得到許多收穫，因為是大家一同協力完成此項畢業專題，而這個完美的結果得來不易。

目錄

第一章 緒論.....	8
第一節研究背景及動機.....	8
第二節研究目的.....	8
第三節研究流程.....	9
第二章 文獻探討.....	10
第一節產業分析工具.....	10
第二節產品主要成分功效分析.....	14
第三節創業計劃書.....	16
第四節群眾募資.....	18
第五節網路商店比較.....	19
第三章產品實務過程.....	20
第一節 配方表.....	20
第二節 製作流程.....	20
第四章研究方法.....	23
第一節問卷調查法.....	23
第五章研究結果分析.....	24
第一節 問卷調查分析.....	24
第二節 問卷調查分析圖表.....	24
第六章創業計畫書.....	24
第一節 品牌故事.....	27
第二節產業環境分析.....	28
第三節經營理念、策略構想與型態.....	30
第四節 產品、店面規劃與成本.....	34
第五節 人力分配.....	37
第六節 預估總成本、預估收入.....	39
第七章 結論.....	41
參考文獻.....	42
附錄.....	44

表目錄

表 1.1 目前國人各年齡層過重及肥胖比率.....	9
表 2.1 行銷組合.....	10
表 2.2 STP 分析.....	16
表 2.3 SWOT 分析.....	18
表 2.4 桂花功效.....	19
表 2.5 蜂蜜功效.....	19
表 2.6 黑糖 VS 白糖.....	19
表 2.7 群眾募資.....	19
表 2.8 網路商店比較表.....	20
表 3.1 配方表.....	21
表 6.1 STP 分析.....	30
表 6.2 SWOT 分析.....	30
表 6.3 人力資源管理系統.....	31
表 6.4 福利制度表.....	32
表 6.5 產品價格表.....	36
表 6.6 產品主要表.....	36
表 6.7 店面成本預估表.....	37
表 6.8 人力規劃主要職務介紹表.....	37
表 6.9 人力成本規劃表.....	39
表 6.10 固定成本.....	40
表 6.11 變動成本.....	40

圖目錄

圖 1.1 國民營養健康狀況變遷調查.....	9
圖 1.2 研究流程圖.....	10
圖 2.1 五力分析圖.....	14
圖 3.1 成品擺盤展示區.....	23
圖 5.1 問卷分析.....	24
圖 6.1 LOGO 的設計	24
圖 6.2 五力分析.....	24
圖 6.3 預計經營地點.....	33
圖 6.4 店面內部規劃.....	37
圖 6.5 人力架構圖.....	39

第一章 緒論

第一節 研究背景及動機

台灣在經濟快速發展下，人民的生活水準不斷的提高，食物也越吃越精緻和多樣，尤其是高油脂、高糖、高鹽的東西，國人的健康也開始出現了許多問題。如圖 1.1 國民營養健康狀況變遷調查看到雖然 2013-2016 的肥胖盛行率成長趨緩，但還是有繼續成長；表 1.1 是現今各年齡層過重及肥胖比率，也是非常的高，所以肥胖的問題不能再忽略了。

你知道國人十大死因中，竟有多達七項與肥胖有關嗎？依照衛福部統計國人十大死因中，就有癌症、心臟疾病、腦血管疾病、糖尿病、高血壓性疾病、腎炎、腎病症候群及腎病變、慢性肝病及肝硬化等 7 項與肥胖有關。

一間間甜點店開在大街小巷中，人手一個甜點，拍照上傳和分享，而根據許多研究報導指出「糖」才是造成肥胖可怕的主要元兇。要怎樣解決國民肥胖的問題呢？除了運動還要搭配對的食品。本研究希望透過天然產品加以特色化的實務，進行研究和開發，使國人重視自己的身體，在享受美食時，同時能獲得營養。

參考資料：社區健康組(2019.09)

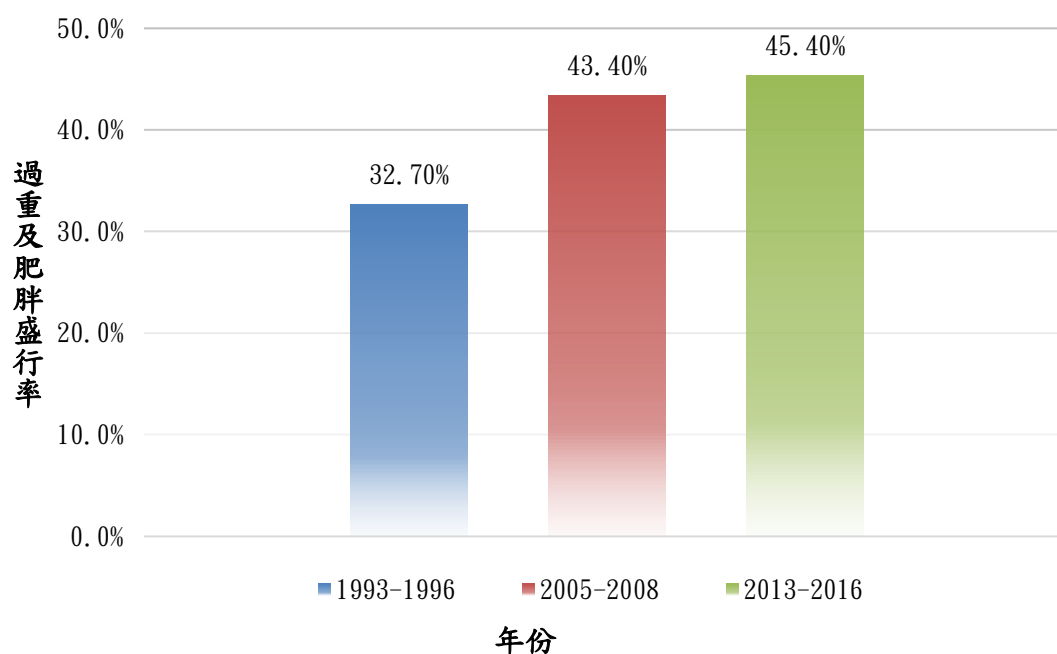


圖 1.1 國民營養健康狀況變遷調查

資料來源：衛福部國健署

表 1.1 目前國人各年齡層過重及肥胖比率

年齡層(歲)	合計(%)	男生(%)	女生(%)
18-24	23.20	31.09	14.53
25-34	31.74	44.48	18.78
35-44	40.09	55.66	24.72
44-54	44.64	56.09	33.80
55-64	48.32	56.06	40.73
65 以上	47.88	49.22	46.70

資料來源:衛福部國健署

第二節 研究目的

- (一)了解桂花瑪德蓮成分對人體的影響。
- (二)了解消費者對桂花瑪德蓮的滿意度。
- (三)製作創業企劃書。

第三節 研究流程

本研究之研究流程圖，如圖 1.2 所示。



圖 1.2 研究流程圖

資料來源:本研究繪製

第二章 文獻探討

第一節 產業分析工具

一. 行銷組合

行銷組合是指行銷活動的四大單元，包括產品、價格、通路及促銷等四項通常這四者要互相搭配，不可各自為政，才能提高行銷活動的效果。行銷組合四大單元中，產品策略包括產品多樣化、品質、設計、特性、品牌名稱、包裝、規格、服務、保證及退貨；價格策略包括訂價、折扣、折讓、付款期限及信用條件；通路策略包括通路、涵蓋區域、分類、地點、存貨及運輸；促銷策略包括銷售促進、廣告、銷售團隊、公共關係及直效行銷。

表 2.1 行銷組合

工具	內容
產品	直銷事業的產品其實不單是販賣給消費者的商品，更包括經營者思考的制度、公司等其他因素。因此，當直銷公司和組織正在為消費者無從分辨各家公司日愈趨近的商品之際，如何從其他的因素，像是商品與制度的配合、公司的經營理念與策略、甚至教育訓練與成功模式等做有效的區隔和凸顯，實乃當前經營直銷事業必須思索的要件。
價格	直銷是個講究高附加價值的產業，我們行銷的不僅是產品本身，而是包括後續的服務，專業的諮商與問題的解決。就策略思考的角度來看，如何提高整體價值創造忠誠客戶，自然就成為直銷公司與經營者最重要的課題。
促銷	代表各種市場行銷者使用的溝通方式，可以讓不同的群體可以了解產品。促銷一般包括：廣告，公共關係，個人銷售和銷售促銷。
通路	將產品從生產者（製造者／供應商）移轉到消費者或使用者的組織或企業，也就是消費者或使用者購買或取得產品或服務的管道。

資料來源：維基百科(2019.10)

二. 五力分析

五力分析為麥可·波特在 1979 年提出的架構，其用途是定義出一個市場吸引力高低程度。波特認為影響市場吸引力的五種力量是個體經濟學面，而非一般認為的總體經濟學面。五種力量由密切影響公司服務客戶及獲利的構面組成，任何力量的改變都可能吸引公司退出或進入市場，如下圖 2.1 所示。(維基百科)

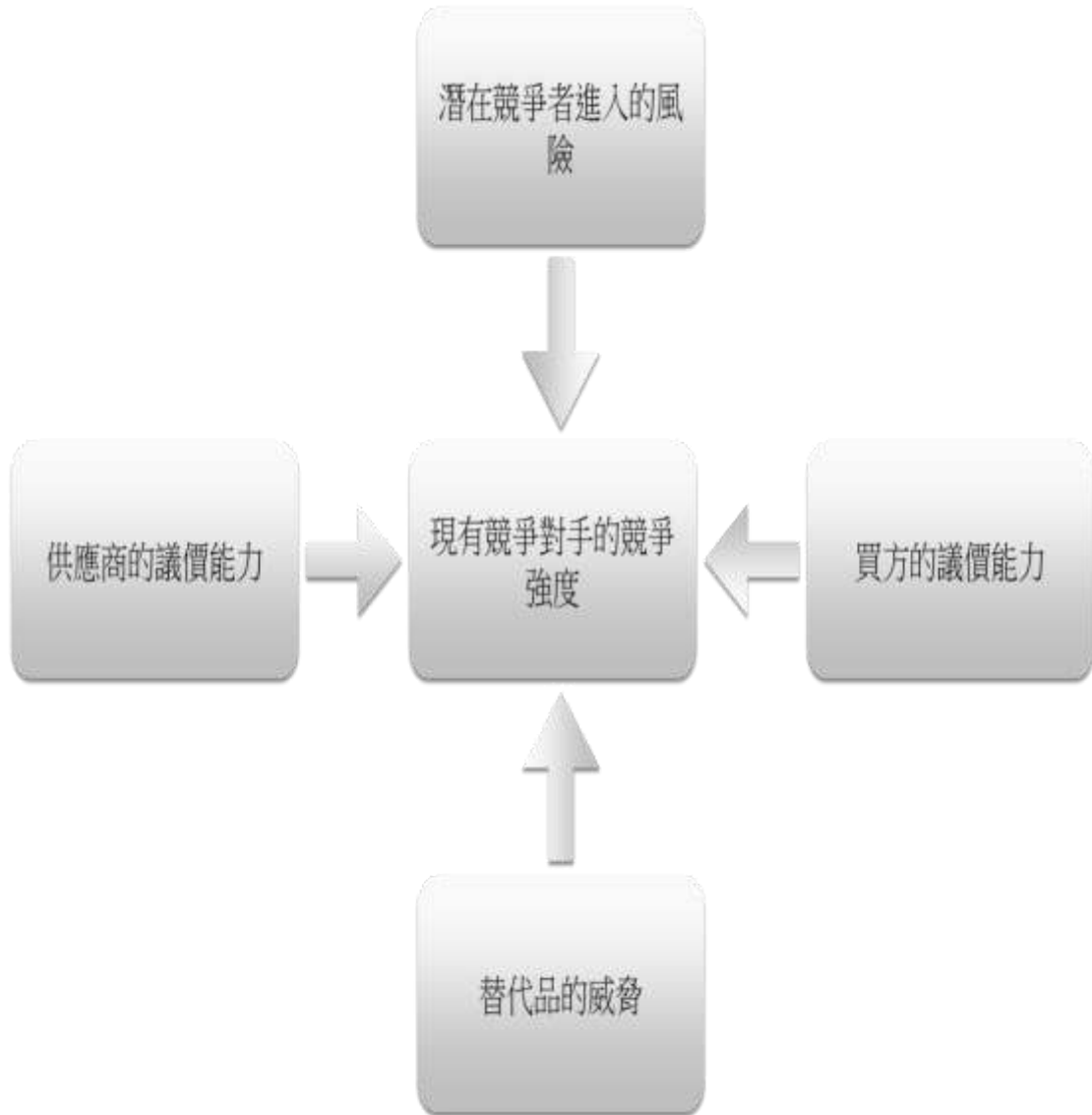


圖 2.1 五力分析圖

資料來源：本研究繪製

三. STP 分析

STP 理論的根本要義在於選擇確定目標消費者或客戶，或稱市場定位理論。STP 理論是指企業在一定的市場細分的基礎上，確定自己的目標市場，最後把產品或服務定位在目標市場中的確定位置上。

表 2.2 STP 分析

STP	
市場區隔 Segmenting	營銷者通過市場調研，依據消費者的需要和欲望、購買行為和購買習慣等方面的差異，把某一產品的市場整體劃分為若干消費者群的市場分類過程。每一個消費者群就是一個市場區隔，每一個市場區隔都是具有類似需求傾向的消費者構成的群體。
目標選擇 Targeting	市場營銷學者麥卡錫提出了應當把消費者看作一個特定的群體，稱為目標市場。通過市場區隔，有利於明確目標市場，通過市場營銷策略的應用，有利於滿足目標市場的需要。
市場定位 Positioning	市場定位是指企業針對潛在顧客的心理進行營銷設計，創立產品、品牌或企業在目標顧客心目中的某種形象或某種個性特徵，保留深刻的印象和獨特的位置，從而取得競爭優勢。

資料來源：MBA 智庫百科

四. SWOT 分析

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，作為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喔！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。

表 2.3 SWOT 分析

	對達成目標有幫助的	對達成目標有害的
內部	優勢 特色業務，或項目團隊，給它比別人的優點	劣勢 那個地方處於不利的地位相對於其他店家的特點
外部	機會 外部的機會，以提高性能（例如作出更大的利潤）在環境	威脅 外部環境要素的企業或項目，可能會導致麻煩

四項策略分析：

1. SO 策略分析 (Maxi-Maxi)：強化策略，投入資源加強優勢能力，以爭取機會！
2. ST 策略分析 (Maxi-Mini)：監控策略，投入資源加強優勢能力，以避免威脅！
3. WO 策略分析 (Mini-Maxi)：改進策略，投入資源改善劣勢能力，以爭取機會！
4. WT 策略分析 (Mini-Mini)：避免策略，投入資源改善劣勢能力，以避免威脅！

資料來源：Allen Yang(2015.03)

第二節產品主要成分功效分析

一. 桂花功效

表 2.4 桂花功效

功效	內容
化痰止咳	桂花中所含的芳香物質，能夠稀釋痰液，促進呼吸道痰液的排出，具有化痰、止咳、平喘的作用。
行氣止痛，散血止痢	桂花辛香，具有行氣之功，能夠緩急止痛、散血消淤，並促進腸道穢濁物質的排泄、下腸風痢血。
祛口臭	桂花馨香，能祛除口中異味，並有殺滅口中細菌的功效。
溫補陽氣	桂花泡茶有溫補陽氣之功效，有益於陽氣虛弱，有高血壓病症的人，包括對眩暈，頭暈，腰痛，畏寒肢冷，大便溏，小便清長，舌質淡，苔白，脈沉細，都有一定的保健養生功效。
暖胃	桂花泡茶對十二指腸潰瘍、胃寒胃疼有預防和治療作用。特別是喝桂花紅茶，能起到很好的溫中散寒、暖胃止痛的作用，很適合腸胃不適和冬季怕冷的老人使用。
美容養顏	桂花泡茶具有美白肌膚、排解體內毒素、潤腸通便、止咳化痰、養生潤肺的作用。

資料來源：七麗女性網(2016.09)

二. 蜂蜜功效

表 2.5 蜂蜜功效

功效	內容
幫助記憶	降低氧化壓力，提升腦源性神經營養因子，並促進前額葉皮質及海馬迴的神經元增殖。
調整血脂	相較於食用蔗糖的控制組，攝取蜂蜜（連續 30 天，每日 70 g），有降血脂效果。
降低口腔黏膜炎發生機率	蜂蜜藉由吸濕、脫水及葡萄糖氧化酶製造過氧化氫達到抗菌及促進傷口癒合效果。
有益於心血健康	蜂蜜富含多種植物多酚及其它抗氧化劑，這些成分都有助於心血管保健。
舒緩兒童咳嗽	1-5 歲的幼童睡前 30 分鐘服用蜂蜜（10 g）確實有助改善擾人夜咳情形。

資料來源: Oliver Sun(2019.11)

三. 黑糖 vs 白糖

表 2.6 黑糖 vs 白糖

	黑糖	白糖
營養價值	紅蘿蔔素、微量元素錳、鋅、營養價值最高、維生素 B1、B2，鐵、鋅、鈣、鉀等礦物質	冰糖加工過的版本 營養價值有限
好處	散瘀活血、利腸通便、	潤分生津、緩和肝氣功效、提高對鈣吸收
性味	性溫、雜質較多	性平、純度較高
功效	補血最佳	純碳水化合物、供熱能

資料來源: 營養微客棧(2017.02)

第三節創業計劃書

創業計劃書，是指企業家在創業的初期所編寫的一份書面創業計劃，用以描述創辦一個新的風險企業時所有相關的外部及內部要素。即指創業者在正式啟動創業項目之前，基於前期對整個項目的調研、策劃的成果，對創業項目進行全面說明的計劃性文件。(MBA 智庫百科)

創業計劃書就有如一部功能超強的電腦，它可以幫助創業者記錄許多創業的內容、創業的構想，能幫創業者規劃成功的藍圖，而整個營運計劃如果詳實清楚，對創業者或參與創業的伙伴而言，也許能更達成共識、集中力量，這無異是幫助了創業者向成功邁進。(MBA 智庫百科)

政府為營造有利青年創業環境，促進創業精神，創造經濟發展，協助取得創業經營所需資金，特定的個人條件：

- (一)負責人或出資人於中華民國設有戶籍、年滿二十歲至四十五歲之國民
- (二)負責人或出資人三年內受過政府認可之單位開辦創業輔導相關課程至少二十小時或取得二學分證明者
- (三)負責人或出資人登記之出資額應占該事業體實收資本額百分之二十以上，屬立案事業無出資額登記者不受此限

事業體條件：

- (一)所經營事業依法辦理公司、商業登記或立案之事業
- (二)其原始設立登記或立案未超過五年
- (三)以事業體申貸，負責人為外國人者，須年滿二十歲至四十五歲，並應取得我國政府核發之創業家簽證；負責人為本國人者須符合第一款個人條件前二目之規定

貸款額度：

- (一)準備金及開辦費用：依法完成公司、商業登記或立案後八個月內提出申請，貸款額度最高為新臺幣二百萬元
- (二)週轉性支出：營業所需週轉性支出，貸款額度最高為新臺幣三百萬元；經中小企業創新育成中心輔導培育之企業，提高至新臺幣四百萬元
- (三)資本性支出：為購置(建)或修繕廠房、營業場所、相關設施、營運所需機器、設備及軟體等所需之資本性支出，貸款額度最高為新臺幣一千二百萬元。

貸款期限與償還方式：

- (一)準備金及開辦費用、週轉性支出：貸款期限最長六年，含寬限期最長一年。
- (二)廠房、營業場所及相關設施：貸款期限最長十五年，含寬限期最長三年。
機器、設備及軟體：貸款期限最長七年，含寬限期最長二年。
- (三)寬限期滿後按月平均攤還本金或本息。

(四) 貸放後，承貸金融機構得視個案實際需要調整期限與償還方式，不受前款規定限制。

貸款利率：

貸款利率以中華郵政股份有限公司二年期定期儲金機動利率加百分之零點五七五，機動計息。

保證條件：

(一) 依承貸金融機構核貸作業規定辦理，必要時得依財團法人中小企業信用保證基金規定移送信用保證，保證成數規定如次：準備金及開辦費用：最高九點五成最低九成。週轉性及資本性支出：最高九成最低八成。

(二) 送保期間保證手續費率以年費率百分之零點五計收。

(三) 以個人名義申貸本貸款之歸戶金額在新臺幣五十萬元以下者，不得徵提保證人；逾新臺幣五十萬元以上者，如有需要，以一人為限。以事業體名義申貸，依財團法人中小企業信用保證基金及承貸金融機構規定辦理。

申貸程序：

申請人應填具創業貸款計畫書及檢具相關文件向承貸金融機構提出申請，由承貸金融機構依一般審核程序核貸之。

(經濟部中小企業處)

青年創業計畫書架構：(一)公司名稱(二)經營形態(三)公司的基本資料(四)主要產品(業務)(五)現有員工數(六)現有生財器具或生產設備(七)貸款主要具體用途(八)第一年的營收預估(九)第一年的損益預估(十)申請貸款銀行(十一)創業經營計畫(十二)申請人出資總額(十三)股東出資總額(十四)貸款總額

第四節 群眾募資

群眾募資：又稱群眾集資、公眾集資、群募、公眾籌款或眾籌，是指個人或小企業通過網際網路向大群眾募資集資金的一種集資方式。群眾募資主要透過網際網路展示宣傳計劃內容、原生設計與創意作品，並與大眾解釋通過募集資金讓此作品量產或實現的計劃。支持、參與的群眾，則可藉由「購買」或「贊助」的方式，投入該計畫以實現計劃、設計或夢想。在一定的時限內，達到事先設定募資的金額目標後即為募資成功，開始使用募得的金錢進行計劃。根據群眾募資的籌集目的和回報方式，可以分為商品群眾募資和股權群眾募資兩大類。（維基百科）

表 2.7 群眾募資

好處	內容
提供資金	直接向群眾募資金，你可以用實體產品或相關贈品方式回饋出資者。
降低風險	無論成功與否，有助於了解產品或服務在市場上的接受度。
測試市場	測試市場對你的產品或服務的反應和其受歡迎的程度。
提供預售機會	可以藉此預售產品或服務，評估使用者反應，分析市場。
與群眾互動	可以和群眾直接互動，取得他們對產品或服務的意見和回應。
行銷工具	使未能成功達到集資目標，亦可提高知名度，讓更多人認識，達到免費宣傳的效果。
免費公關	成功的專案會引起潛在投資者的興趣和媒體的曝光。
免費開始	大多數平台都提供免費加入和免費啟動專案的機會，沒有達到募資金額，也不會有罰款。

資料來源：維基百科

第五節網路商店比較

表 2.8 網路商店比較表

	淘寶	蝦皮	PChome
成交手續費	1%	電子商品 3% 非電子產品 5%	1.49%
信用卡	3%	2%	1.49%
ATM/WebATM	3%	X	1.49%

資料來源：淘寶網幫助中心

第三章產品實務過程

第一節 配方表




表 3.1 配方表

桂花瑪德蓮	材料	%	g
	奶油	27	100
	白糖	12	44
	低筋麵粉	24	90
	蜂蜜桂花釀	11	40
	泡打粉	1	3
	蛋	27	100
	合計	102	377

資料來源:本研究

第二節 製作流程

烤箱預熱溫度 160 度/150 度

		
1. 材料準備	2. 秤材料	3. 讓奶油軟化
		
4. 加入糖	5 加入蛋	6. 加入桂花釀去拌打








		
7. 過篩麵粉跟泡打粉	8. 加入粉類拌勻	9. 準備烤模
		
10. 加入蔓越莓	11. 加入巧克力豆	12. 把麵糊倒入模型
		
13. 進入烤箱烤 15 分	14. 烤好後完成品-原味	15. 烤好後完成品-綜合



圖 3.1 成品擺盤展示區

資料來源:本研究

第四章研究方法

根據上述之研究目的，本研究先蒐集相關資料並加以彙整，深入了解創業前所具備的資訊，並運用「問卷調查法」來進行研究與分析，藉以設計出健康營養的點心。

第一節問卷調查法

問卷調查是以書面提出問題的方式搜集資料的一種研究方法。研究者將所要研究的問題編製成問題表格，以郵寄方式、當面作答或者追蹤訪問方式填答，從而瞭解被試者對某一現象或問題的看法和意見，所以又稱問題表格法。問卷法的運用，關鍵在於編製問卷，選擇被試者和結果分析。(MBA 智庫百科)

一. 調查目的

本研究之問卷發放目的為探討明明糖有許多種，但大多數烘培業者還是選擇使用精緻的白糖，為了了解其中的原因以及各個不同年齡層、不同工作之社會大眾對點心的口味及價格進行研究調查與分析，藉以提供本研究設計參考。

二. 問卷設計

本研究之問卷內容是針對本研究目的與動機，進行討論後對於本研究甜點需要的相關問題設計出適合本研究調查之問卷，主要針對社會大眾以開放式問卷進行調查，依據結果後，討論出大眾是偏愛不健康的甜點還是對身體較低負擔的甜點。本研究之開放式問卷內容包含性別、年齡、職業、收入、購買頻率、甜點價格等。

三、問卷發放

本研究主要探討各年齡層的社會大眾，因此以新竹縣地區為本研究之樣本母體進行試吃並做問卷。本研究採取便利抽樣方法進行研究，因此本研究自 2019 年 6 月 01 日至 7 月 30 日針對新竹縣地區進行抽樣調查，問卷總共發給 100 人。

回收 100 份，回收率 100%，其中有效問卷為 100 份，無效問卷為 0 份，有效回收率 100%。

第五章研究結果分析

第一節 問卷調查分析

本研究調查結果中職業類別含有學生 50 人、軍公教人員 10 人、服務業 35 人、金融業 5 人。

本研究調查結果購買頻率為不吃甜點：0%；一個月購買甜點一次：42%；一個月購買甜點二到三次：46%；一個月購買甜點五到十次：10%；一個月購買甜點十次以上：2%，大部分民眾是一個月購買甜點二到三次。

以單片蛋糕大小為標準的話，可接受價位 0-50 元為 33%；50-100 元為 45%；100-150 元為 15%；150-200 元為 6%；200 以上為 1%，大部分可以接受甜點價格的範圍是 50 到 100 元。

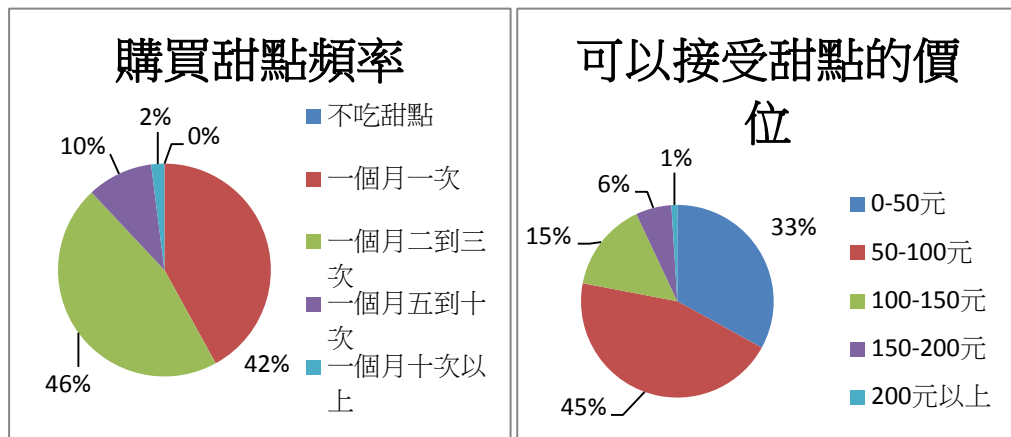
試吃產品都有加入桂花釀，這次要瞭解的是糖的差異，所以針對白糖、紅糖、黑糖三者的比較，最喜歡的口味為白糖為 64%；紅糖為 2%；黑糖為 34%，大家普遍最喜歡的是白糖，這證明了現今社會都偏愛精緻的食品，明明是紅糖及黑糖相對健康一些。

本研究調查結果在外觀上口感上味道上還是白糖遠勝於黑糖跟紅糖，白糖烤出來的色澤比較漂亮光滑，口感上比較鬆軟好吃，味道上比較香甜可口，比較多種甜點的配方更是發現大多甜點使用的都是精緻的白糖，也再次證明食品真的是越吃越精緻，越吃越不健康。

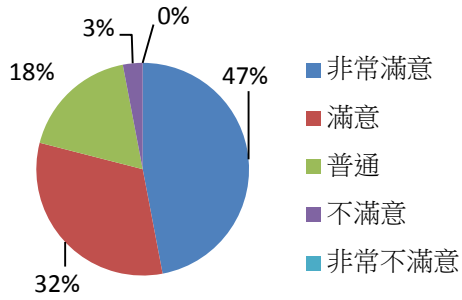
本研究發現性別對甜點也有些差異，女性填寫的購買甜點頻率及可以接受甜點的價位相對男性的高很多，此次問卷由 37 位男性及 63 位女性填寫，一個月買五到十次甜點的 10 位及十次以上的 2 位都是女性；接受甜點的價位 100 元以上的也都是女性，可以在此得到一個小猜測：女性對於甜點的喜愛可能比男性高。

本研究最後詢問民眾大概願意花多少錢購買此產品，統計如下：願意花 10-20 元為 36%；20-30 元為 44%；30-40 元為 14%；40-50 元為 6%；50 元以上為 0%，大多人選的是願意花 20-30 元，有利於我們後續價格的設定。

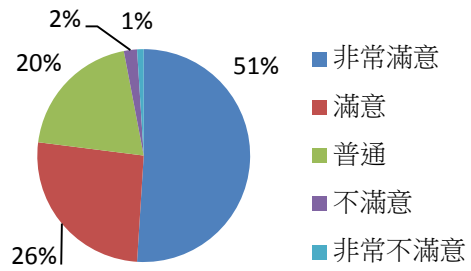
第二節 問卷調查分析圖表



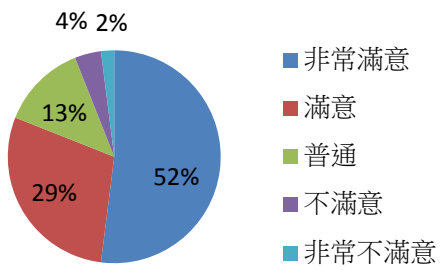
白糖外觀評價



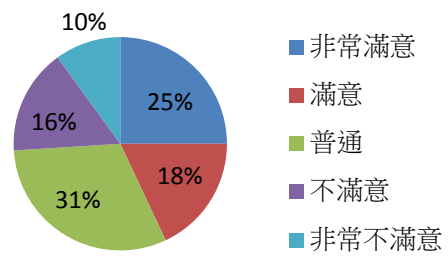
白糖口感評價



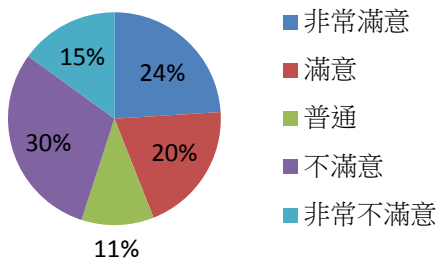
白糖味道評價



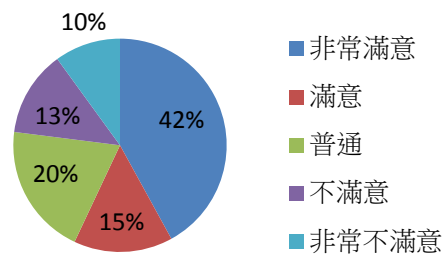
紅糖外觀評價



紅糖口感評價



紅糖味道評價



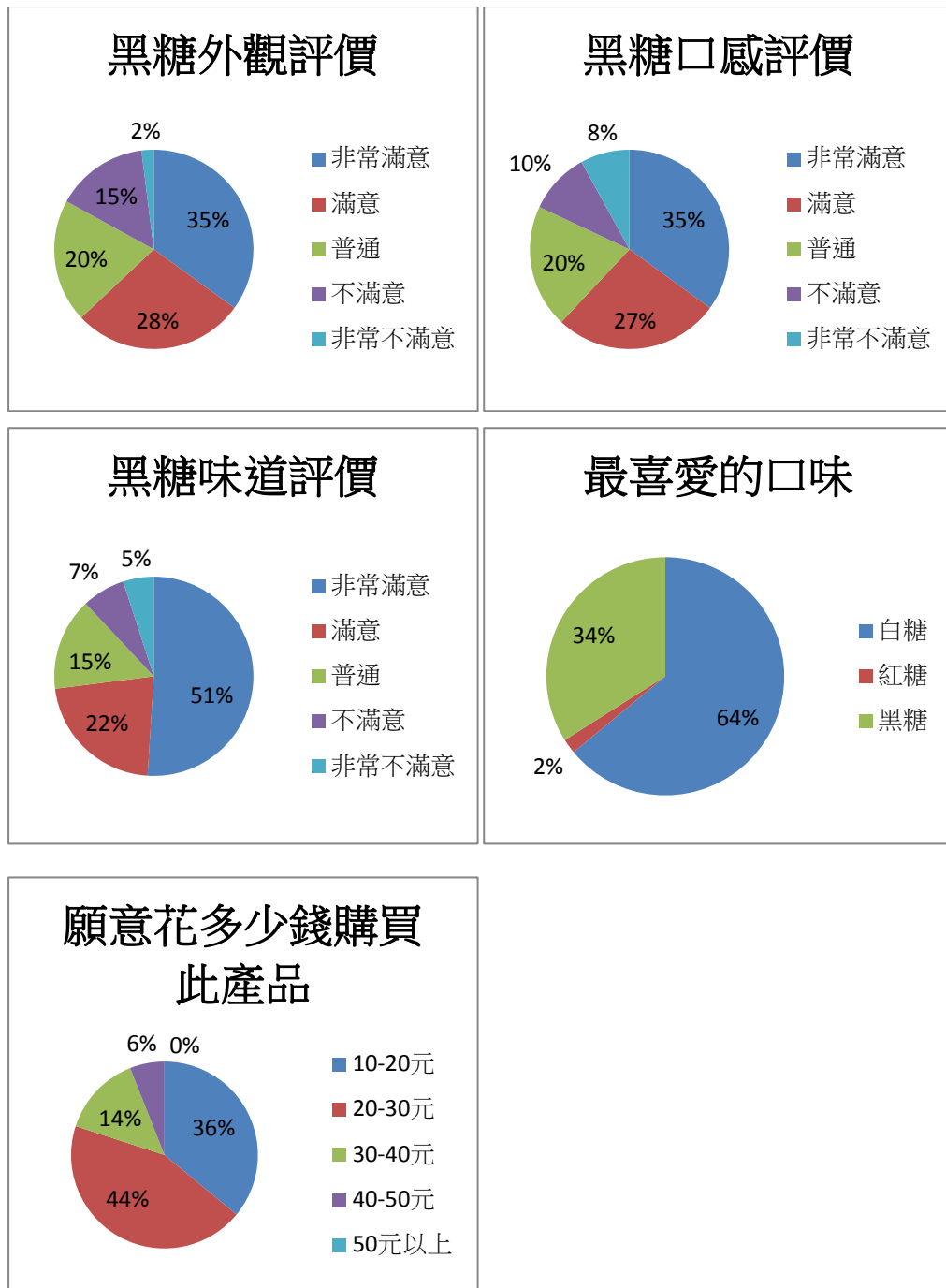


圖 5.1 問卷分析

資料來源:本研究分析

第六章創業計劃書

第一節 品牌故事

現在食品安全問題跟肥胖問題日益嚴重，雖然完全不碰糖類是最好的，但是在難抵美食的誘惑前，我們希望可以讓顧客享用甜點時，減輕身體的負擔，以前家人為了讓我們吃得健康、安全、天然，研發一些農產品給我們食用，我想把這份心意傳遞下去，希望吃到我們點心的人能享受大自然的美好，爸爸是個農夫，他喜歡在大自然工作的那份悠閒，希望孩子們吃著自己種植和研發的產品能夠健康長大，這包含著一個父親對孩子無盡的愛，所以我們品牌取名為「閒農夫」，感謝世上每一位父親，感謝其他農友們努力地耕作付出。

閒農夫的 LOGO 是請了一位時尚設計系的同學，為閒農夫設計 LOGO 商標，而此 LOGO 的設計理念為以下幾點：

1. 種植的靈魂人物-農夫
2. 存放著特色健康產品-綠色罐子
3. 簡單、單純、無額外添加、成分透明化-白色底
4. 有機培養土、低調溫暖、散發濃郁芬芳的大地感-咖啡色的字
5. 快樂、相信、幸福、溫馨感、減壓-笑容



圖 6.1 LOGO 的設計

資料來源:本研究

第二節 產業環境分析

一、五力分析

本研究根據甜點市場的潛在競爭者進入的風險、供應商的議價能力、買方的議價能力、替代品的威脅及現有競爭者的競爭強度做五力分析表。以下為本研究的五力分析：

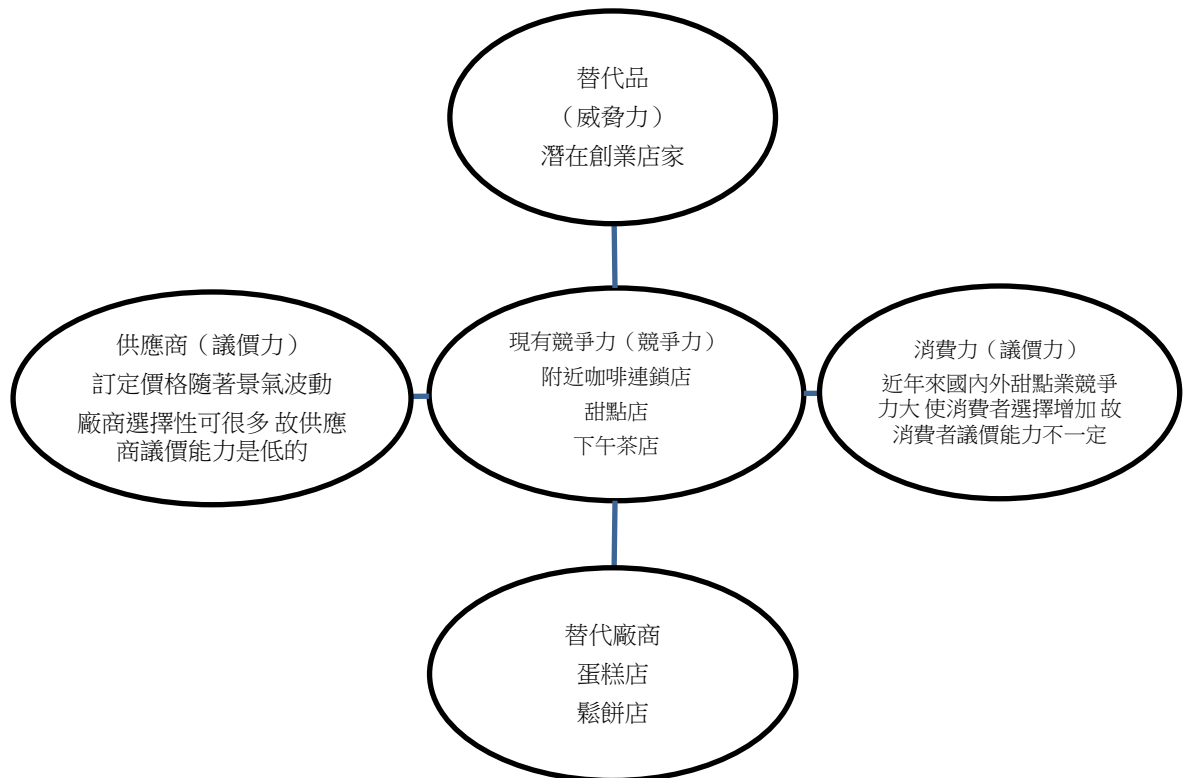


圖 6.2 五力分析

資料來源:本研究

二、STP 分析

STP 流程其中 S 代表的是市場區隔、T 代表著目標市場而 P 則為市場定位。以下為本研究的 STP 分析：

表 6.1 STP 分析

市場區隔	適合在學校周邊或是工業區附近，因為學生、上班族居多，注重養生的人也越來越多。雖然市面上的甜點店家種類很多選項，但很少強調健康養生的甜點專賣店。
目標市場	以年輕族群為主，消費者年齡層大約在 10 歲至 40 歲的學生及上班族。現代人生活步調快，食物的原型也越來越少見，便利和養生將成為消費者首要考慮。
市場定位	強調健康、養身、方便、創意。 市面上能選擇的甜點大多摻有添加物、食用色素，而現代人們的觀念偏重營養、健康。

資料來源：本研究

三、SWOT 分析

SWOT 分析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。以下為本研究的 SWOT 分析：

表 6.2 SWOT 分析

	對達成目標有幫助的	對達成目標有損害的
內部（組織）	Strengths 優勢 1. 健康少糖 2. 開發健康甜點市場 3. 產品品質穩定 4. 不斷創新，掌握商機	Weaknesses 劣勢 1. 品牌知名度較低 2. 成本物料過高 3. 無提供外送服務 4. 甜度因人而異
外部（環境）	Opportunities 機會 1. 現在消費者大多選擇健康少糖甜點食用 2. 打造現代女性要求少糖少甜少油所做出的甜點	Threats 威脅 1. 甜點店競爭力強 2. 競爭者常做商品特價，以致顧客外流

資料來源：本研究

第三節經營理念、策略構想與型態

一、經營理念

閒農夫根據現代人的飲食習慣，設計出以「環保」、「天然」、「健康」為主的創意甜點，並提供紙袋或提供環保餐盒租借服務，讓消費者可以替地球做些事情外又可以享受折抵優惠跟好吃健康的甜點。每一位客人少一個不必要的浪費，讓世界更美好，從一個小小的舉動，可以讓顧客感到貼心方便，又可以愛護這個養育我們的地球，低糖健康的甜點，可以降低愛吃甜點的顧客身體負擔，減少肥胖問題引發的各種其他問題。

二、經營目標

本研究依「短期」、「中期」、「長期」，根據不同時間訂定目標，詳細介紹如下面幾點：

短期目標：穩定基礎開銷，透過臉書、LINE、定點掃 QR code 宣傳。

中期目標：鞏固既有的顧客，且持續招攬新顧客，慢慢擴增經營店面。

長期目標：開放連鎖、加盟。

三、經營內部經營模式

本研究內部經營模式依「人員管理」、「顧客關係管理」、「財務管理」詳細介紹如下面：

(一)人員管理：

新進員工正式工作前，進行職前訓練，在職後鼓勵員工再進修，藉以提升員工研發產品的能力及給予顧客專業服務，給予研發獎金及微笑獎金，每兩個月進行工作表現評分，並訂定一套完整的「人力資源管理」與「福利制度」來招募人才與降低員工的流動率。

表 6.3 人力資源管理系統

人力資源管理系統	
項目	項目介紹
招募人員方式	透過網際網路招募適合人才至店面面試，經過店長面試並挑選後，才能進行員工訓練。
員工訓練	請專業訓練人員，訓練員工應變客人能力及處理態度，更加解職場環境。
人員工作分配	依照個人工作態度及能力，分配適應工作崗位，例如：個性外向-外場及櫃檯、個性內向-製作人員及清潔。

資料來源：本研究整理

表 6.4 福利制度表

福利制度	
項目	項目介紹
周休二日	每周的禮拜一、禮拜二公休。
員工聚餐	每三個月的時間，安排員工聚餐，例如：餐廳吃飯等，藉由聚餐讓員工放鬆心情。
員工旅遊	每年安排 1 次員工旅遊，例如：露營烤肉、爬山等，讓員工增進感情。
獎金	三節獎金、業績獎金、進修獎金……等。

資料來源：本研究整理

(二)顧客關係管理:

藉由顧客選擇甜點的過程中，除了介紹產品也可以試著與顧客聊天，來慢慢建立與顧客的關係，增加顧客再次上門消費的機會，在聊天的過程也可以了解顧客大概喜歡哪種類的點心，可以再研發產品，建立網路系統紀錄客人購買的甜點、時間、是否在活動中，然後可以使用大數據分析，更了解顧客的心，提供 LINE、臉書的私人訊息服務，給予客人一對一的服務，適當詢問及耐心聽客人對產品的看法及意見，帶著感恩的心給予顧客小優惠並盡快改進，除了讓顧客感覺受到重視之外，也可以讓顧客留下深刻的印象，增加顧客在上門的機率與介紹給親朋好友的機率。

(三)財務管理:

本研究的財務管理分成以下幾點：

- (1) 每月製作財務報表，來了解公司的損益情形，做調整。
- (2) 與產品材料相關產業合作，取得最低成本，利潤最大化。
- (3) 完整的員工訓練，搭配大型機器，以利產值最大化。
- (4) 跟一些農友合作，搭配一些環保議題，讓企業價值最大化。
- (5) 完善的薪資跟福利規定，提升員工忠誠度的及幸福感，降低員工離職率，降低招募人才及訓練員工所需成本。

四、經營地點及策略

(一)經營地點：

本研究根據所訂定的目標市場，挑選了幾個適合的地點做選擇，最後選擇的販賣地點是在竹北市惟馨街，鄰近中正國小與住宅區與台元科技園區（如下圖紅色框線圈起處），而選擇此地的原因為以下幾點：

- (1) 具備本研究鎖定的目標市場：此地點鄰近中正國小與住宅區與台元科技園區，光是園區裡面的上班族就很多了，附近還有正在蓋的啤酒觀光工廠，未來人潮一定非常的多，必定能吸引到許多本研究的目標市場，10~40歲的「年輕族群」與「上班族」。
- (2) 顧客購買方便：此地點位於上班族上班及接送小孩的路徑，上班族下班經過時，就可停下來購買，不用特地繞去其他地方購買點心；接送小孩時也可以順路過來買小朋友的點心。



圖 6.3 預計經營地點

資料來源：GOOGLE MAP

(二)經營策略活動:

本研究的經營策略活動分成以下幾點:

(1) 每季推出 1~2 樣新產品, 跟著季節推出, 例如: 夏天芒果盛產可以推出限量芒果甜點; 冬天盛產草莓, 推出限量草莓甜點, 利用「限量」商品提高顧客購買率。

(2) 依節慶的不同更換店面裝飾品與產品造型, 例如: 12 月的聖誕節, 可以擺設一些聖誕裝飾品, 然後點心做成聖誕相關圖案, 營造聖誕節氣氛, 看到可愛的造型, 提高消費者購買慾望。

(3) 搭配節日推出禮盒與相關優惠活動, 現今很多為了刺激買氣增加了很多節日, 例如: 1111 購物節, 可以利用這些節日, 給予顧客相關優惠, 比如說原價一個 20 塊的蛋糕給予 11 塊優惠價格, 禮盒也可以設計成 111 的倍數, 一年一次給予較高的優惠, 會大大提高顧客購買意願, 會覺得這次不買可惜!


(4) 給予 VIP 集點換禮或是固定打折優惠, 例如: 購買甜點達到 100 塊給予 1 點, 集滿 15 點可以兌換 100 塊的產品, 為了這個優惠, 可以提高顧客的拜訪率, 或者是給予辦理 VIP 卡, 未來消費固定給予 9 折或是 95 折優惠。

第四節 產品、店面規劃與成本

一、產品規劃與成本

(一)產品價格:本研究甜點販售的價格根據問卷調查表統計並依照成本計算，最後決定價格為 20-22 元。本研究依照大多現代人喜歡的口味設計出以下 4 種口味，分別有「原味瑪德蓮、巧克力瑪德蓮、牛奶瑪德蓮、綜合瑪德蓮」，主要是以桂花釀來取代部份的糖量，那桂花釀主要的基底成分就是蜂蜜，那蜂蜜主要功效有幫助記憶、調整血脂……等，而以下是本研究產品介紹。

表 6.5 產品價格表

項目	內容	圖片
名稱	原味瑪德蓮	
價格	20	
主要成份	麵粉、雞蛋、奶油、桂花釀、糖	
名稱	巧克力瑪德蓮	
價格	22	
成份	麵粉、雞蛋、奶油、可可粉、桂花釀、糖	
名稱	牛奶瑪德蓮	
價格	22	
成份	麵粉、雞蛋、奶油、奶粉、桂花釀、糖	

名稱	綜合瑪德蓮	
價格	22	
成份	麵粉、雞蛋、奶油、奶粉、可可粉、桂花釀、糖	

資料來源：本研究整理

(二)產品成本:

瑪德蓮的成分有「知名品牌-安佳的奶油、台糖的白糖、日正低筋麵粉、自製蜂蜜桂花釀，選用專門養蜂和得獎蜂友的蜂蜜製成、美國進口無鋁泡打粉、有機蛋以及搭配自己養殖蛋雞的蛋」，以下材料可以做出 9-10 個，，平均一個成本 10 塊，本店追求零包裝跟環保做結合，希望顧客自行帶盒子裝，故沒有特別把包裝費加上去，節慶盒子要另外加購，目前還在嘗試添加新口感，加入日本進口的蔓越莓乾或是美國進口的巧可力豆，價格可能還會再做微調，以下是本研究產品主要成本表。

表 6.6 產品主要成本表

桂花瑪德蓮	材料	成本(元)	g
	奶油	32	100
	白糖	2	60
	低筋麵粉	5	90
	蜂蜜桂花釀	35	35
	泡打粉	1	3
	蛋	20	100
	合計	95	388

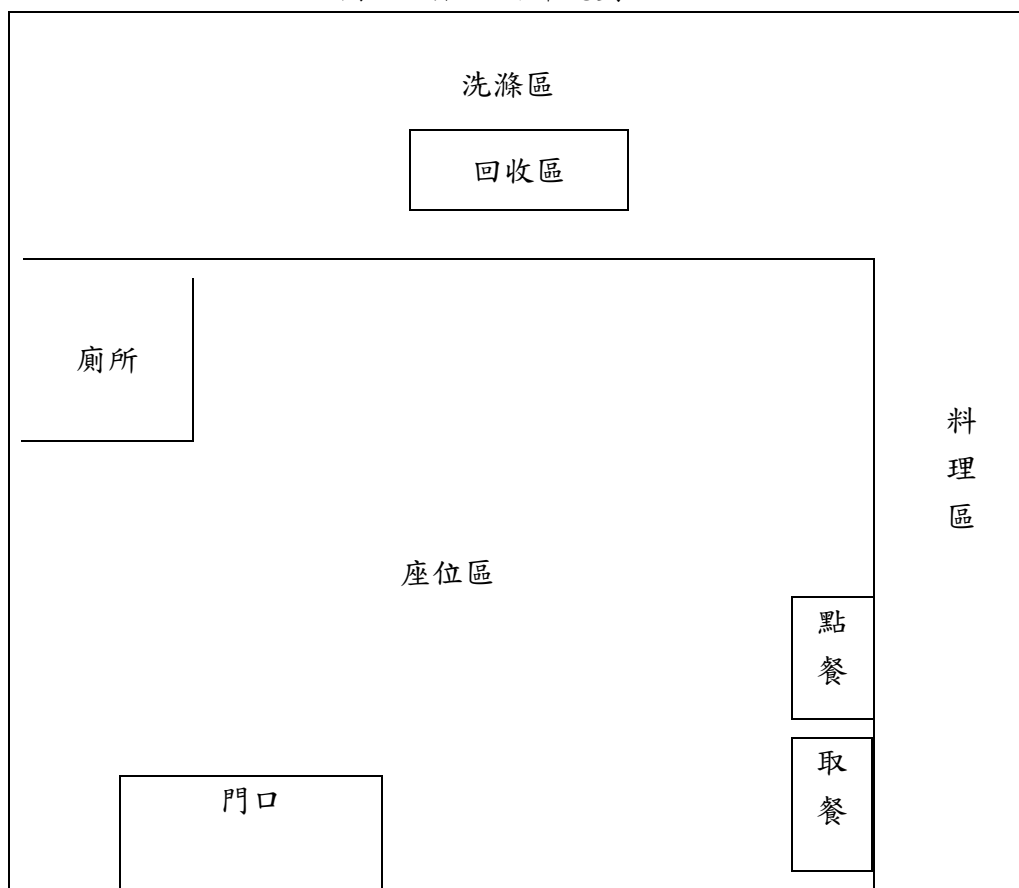
資料來源：本研究整理

二、店面規劃與成本

(一)店面內部規劃:

依據本研究販賣商品跟環保省人力所設計出來，回收區設計主要用來請顧客協助把盤子拿過去，節省收拾的人力成本，利用號碼燈叫取顧客領取餐點，也可以省人力成本，把省下的錢部分回饋給顧客，本研究整體設計如下圖。

圖 6.4 店面內部規劃



資料來源:本研究整理

(二) 店面成本

以下表格是目前店面、設備的成本預估，可以利用青年創業資金 100 萬元以及群眾募資所募到的資金。

表 6.7 店面成本預估表

項目	內容	金額(元)
鐵皮屋	主體、窗戶	300,000
內部裝潢	牆壁裝飾	150,000
桌椅	桌子*10 椅子*40 兒童椅*5	120,000

設備	攪拌機 烤箱 冰箱 櫃子 爐台 料理台 鍋碗瓢盆 餐具、刀具、烘焙用具 洗碗台 其他小用品	430,000
總金額		1,000,000

資料來源:本研究整理

第五節 人力分配

(一) 人力規劃

本研究人力規劃的職稱有「店長、廚師、外場點餐人員」，規劃中的三項職稱工作內容如下描述表：

表 6.8 人力規劃主要職務介紹表

職稱	主要職務介紹
店長	人才招募與訓練、經營店面、規劃財務、薪資管理。
甜點師傅	負責食材品質、食材準備、採購食材、甜點製作。
外場點餐人員	招呼客人、點餐、結帳、介紹甜點。

資料來源：本研究整理

(二)人力架構圖

本研究人力架構圖只有兩層最高層是店長其次是甜點師傅、外場點餐人員，本研究人力架構如下圖。

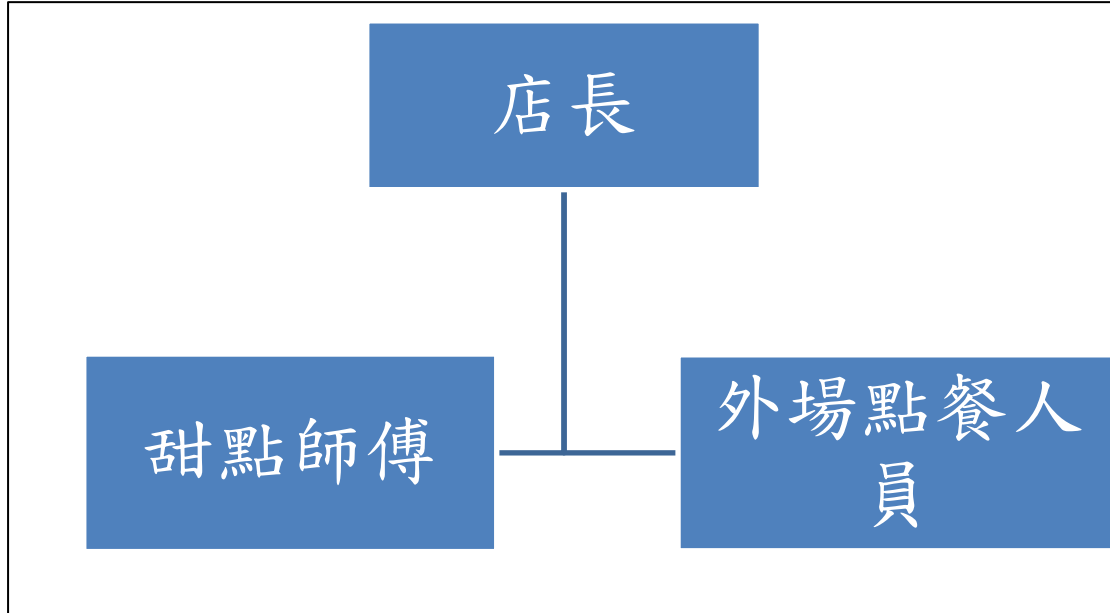


圖 6.5 人力架構圖

資料來源:本研究整理

(三) 人力成本

本研究人力成本依據勞工處最低薪資 23,800 元來當基礎，以時薪來算為每小時 158 元，工作時間早上 10:30~21:00，班次為兩班，店長跟外場點餐人員進行輪班:10:30~18:30(早班)中間休息 1 小時；13:00~21:00(晚班)中間休息 1 個小時，10:30~11:30 為準備時間，而 11:30~20:30 為販賣時間，20:00~21:00 為收拾整理時間，每個禮拜三~日為上班時間，每個禮拜星期一、二為公休日。

表 6.9 人力成本規劃表

職稱	薪資
店長	25,000
甜點師傅	25,000
外場點餐人員	24,000
總額	74,000

資料來源：本研究整理

第六節 預估總成本、預估收入

(一) 成本評估

本研究成本分別有「固定成本」、「變動成本」，固定成本依據上述店面成本評估，本研究的變動成本是以一個月來評估的內含「材料成本、人事薪資、電費、雜支費」，而預估一個月販賣 8000 份，費用是以一個月來預估。固定成本與變動成本表如下圖。

表 6.10 固定成本

項目	金額
店面成本	1,000,000

資料來源：本研究整理

表 6.11 變動成本

項目	金額
材料成本	76,000
人事薪資	74,000
電費	5,000
雜支費	3,000
總額	158,000

資料來源：本研究整理

(二) 收入評估

本研究預估每月能夠營收 160,000 ~176,000 元，一個月預估可以販售 8000 份，每份販售 20~22 元，販售項目有「原味瑪德蓮、巧克力瑪德蓮、牛奶瑪德蓮、綜合瑪德蓮」因為鄰近園區、幼兒園，除了一些散客也有一些園區訂單、幼兒園訂單、網路訂單可以去搭配，因此預估每月可以賣到 8000 份，營收最高可達 176,000 元。

第七章 結論

現在甜點店的競爭者非常多，不論是便利商店、咖啡店、甜點店等都是消費者可以選擇的地方，甜點的競爭都是非常的激烈，甜點吃起來會給人帶來幸福的感覺，因為現在肥胖的問題上身，所以大家都開始追求低糖生酮的飲食，現在除了超商的固定甜品，咖啡店、甜點店開始慢慢進修學習做甜點低糖健康化，現在人吃甜點也很喜歡拍照，會想在一個很美好的環境下拍照吃甜點，追求店面特殊裝潢，同時一直研發當下新的造型，希望吸引夠多網美消費者。

經過我們的問卷調查，發現大部分的人，對於不健康的食品比較喜歡，購買甜點的意願還算高，白糖跟黑糖之間還是有差異，我們還是會以白糖的食譜去做，盡量減低糖量去配合現在人的口味，根據現在的資料，我們去寫創業計畫書，創業品牌為「閒農夫」。

本研究在進行市場問卷調查時，樣本數過少，採樣區域不在預計營業地點(惟馨街附近)，恐無法表現出目標消費者的消費意向，未來在執行企劃時，應該要針對營業地點附近的顧客進行採樣，並增加樣本數，方能真正反應出目標顧客的需求。

本研究未能完整觀察外面甜點店的實際販賣情形，建議實際觀察外面甜點店去了解其店面的優、缺點以及實際販賣情況、產品規劃後在決定產品與販賣規劃。

閒農夫的店面內部規劃，乃是本研究團隊自行發想所以簡略了許多，缺乏專業意見與消費者的感受下，離可實現性很遠，建議先詢問專家意見並觀察其他業者的作法汲取優點並納入顧客的需求，再行規劃，創造出真正可行的店面。

閒農夫只規劃出一項產品，只有在口味上做出變化，品項不夠周全，建議未來可詢問專業甜點師傅意見以及參考各項甜點書籍及網站，開發出更多的獨特甜品，讓甜點品項更加完備。

本研究的企劃書，大致上有品牌故事 LOGO 規劃、經營模式、產品店面規劃、成本預估、收入預估等，透過上述精準的了解開設甜點店所需的過程，希望本研究創意書能夠執行。

參考文獻

一、中文文獻

1. 田安石(2017)，田安石的低糖廚房，幸福文化出版。
2. 吳金燕(2018)餅乾、蛋糕料理王，人類智庫出版。
3. 周鈺庭(2019)，文創地圖，華品文創出版。
4. 許榮哲(2019)，99%有效的故事行銷，創造品牌力，遠流出版公司。
5. 曾光華與饒怡雲(2016)，行銷學原理 5/e，前程文化出版。
6. 彭安安(2018)，低糖.生酮 10 分鐘甜點廚房，采實文化出版。
7. 黃俊英(2010)，企業研究方法，第四版，東華書局出版。
8. 邁可·摩斯(2015)，糖、脂肪、鹽，八旗文化出版。

二、參考網站網址

1. 國民營養健康狀況變遷調查
<https://www.hpa.gov.tw/Pages/List.aspx?nodeid=3998>
2. 衛福部健康署-肥胖是慢性疾病！調整飲食及運動生活是最佳處方
<https://www.hpa.gov.tw/Pages/Detail.aspx?nodeid=1405&pid=8840>
3. 目前國人各年齡層過重及肥胖比率
<https://www.hpa.gov.tw/Pages/List.aspx?nodeid=3998>
4. 維基百科-行銷組合
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%90%A5%E9%94%80%E7%BB%84%E5%90%88>
5. MBA 智庫百科-STP 理論
<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/STP%E7%90%86%E8%AE%BA>
6. 行銷組合定義
<https://blog.xuite.net/cclabjh/twblog/137971950-%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E7%B5%84%E5%90%88+4P%E7%BB%8C%E5%8D%B3%E7%94%A2%E5%93%81%E7%BB%88product%E7%BB%89%E3%80%81%E5%83%B9%E6%A0%BC%E7%BB%88price%E7%BB%89%E3%80%81%E9%80%9A%E8%B7%AF%E7%BB%88place%E7%BB%89%E8%88%87%E4%BF%83%E9%8A%B7%E7%BB%88promotion%E7%BB%89%E3%80%82>
7. 行銷組合 (4P)
<http://eportfolio.lib.ksu.edu.tw/~4990M021/blog?node=000000079>

8. 什麼是 STP 理論

<http://eportfolio.lib.ksu.edu.tw/~4990M021/blog?node=000000079>

9. 優勢，劣勢，機會，威脅 (SWOT) 分析 - 長版

[https://www.manufacturingterms.com/Chinese/Strengths,-Weaknesses,-Opportunities,-Threats-\(SWOT\)-Analysis.html](https://www.manufacturingterms.com/Chinese/Strengths,-Weaknesses,-Opportunities,-Threats-(SWOT)-Analysis.html)

10. 桂花的功效與作用 桂花好處多到你害怕

<https://kknews.cc/zh-tw/health/lqq69z.html>

11. 蜂蜜的 7 種功效與副作用(有 4 大禁忌要小心)

<https://formulawave.com/honey-benefits-side-effects/>

12. 黑糖與白糖有什麼不同

<https://m.facebook.com/notes/寬心園精緻蔬食料理/紅糖白糖冰糖-有何不同/10150244313301790/>

13. 創業計畫書

<https://blog.xuite.net/jackylec/blog/346332541-%2525E5%252589%2525B5%2525E6%2525A5%2525AD%2525E8%2525B2%2525B8%2525E6%2525AC%2525BE%2525E7%2525B6%252593%2525E9%2525A9%252597%2525E8%2525AB%252587>

14. 群眾募資

https://crowdfunding.pixnet.net/blog/post/57356436-crowdfunding_benefits

15. 網路商店比較表

<https://world.taobao.com/helper/knowledge.htm?spm=a21wu.241046-tw.0.0.41cab6cbL2vln8&kid=6534306>

您好：

我們是明新科技大學企業管理系的學生，主要是想了解「對低糖甜點試吃心得及對甜點的購買意願」本問卷所獲得的資料僅供學術研究，不另做其他用途，請放心填寫。謝謝您的熱情協助 祝您 事事順心。

指導老師：張哲明老師

組員：魏悅棋 鄒佳璇 劉羽庭 陳昱伶

附錄

基本資料

1. 性別

男

女

2. 年齡

20 歲以下

21~30 歲

31~40 歲

41 歲以上

3. 職業

學生

- 軍公教人員
- 製造業
- 醫療業
- 服務業
- 金融業
- 資訊業
- 其它_____

4. 月收入

- 15,000 元以下
- 15,001~25,000 元
- 25,001~35,000 元
- 35,001~45,000 元
- 45,001~55,000 元
- 55,001~65,000 元
- 65,001 元以上

甜點購買意願

1. 購買甜點頻率

- 不吃甜點
- 一週 1 次
- 一週 2~5 次
- 一週 5 次以上

2. 可接受甜點價位

- 10-20 元
- 20-30 元
- 30-40 元
- 40-50 元
- 50 元以上

試吃後滿意調查表

最喜愛的口味

原味
 黑糖
 紅糖

原味外觀滿意度
 非常滿意
 滿意
 普通
 不滿意
 非常不滿意

原味口感滿意度
 非常滿意
 滿意
 普通
 不滿意
 非常不滿意

原味味道滿意度
 非常滿意
 滿意
 普通
 不滿意
 非常不滿意

黑糖外觀滿意度
 非常滿意
 滿意
 普通
 不滿意
 非常不滿意

黑糖口感滿意度
 非常滿意
 滿意
 普通
 不滿意
 非常不滿意

黑糖味道滿意度
 非常滿意
 滿意
 普通
 不滿意
 非常不滿意

紅糖外觀滿意度
 非常滿意
 滿意
 普通
 不滿意
 非常不滿意

紅糖口感滿意度
 非常滿意
 滿意
 普通
 不滿意
 非常不滿意

紅糖味道滿意度
 非常滿意
 滿意
 普通

不滿意

非常不滿意

問卷題目到此結束。

感謝您撥空填寫，您的寶貴意見對本研究非常之重要，再次感謝您的填寫！