

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

餐飲客製化、網路行銷及宅配服務之探討-以星上星港式飲茶為例

學生：黃榆婷 江佩容
楊芷玫 陳奕妘
曹婉琪

指導老師：張哲明 老師

中華民國一百零五年十二月

明新科技大學
企業管理系
專題製作委員會審定書

黃榆婷 江佩容

楊芷玫 陳奕妘

曹婉琪

之畢業專題研究報告

題目：餐飲客製化、網路行銷及宅配服務之
探討-以星上星港式飲茶為例

經本系委員會審議認為符合本系標準

指導老師：張哲明

口試委員：潘昭儀 詹敏慈

中華民國一百零五年十二月

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：

餐飲客製化、網路行銷及宅配服務之探討-以星上星港式飲茶為例

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
黃榆婷	yuteikou@gmail.com
江佩容	emnsv0110@gmail.com
楊芷玫	bb0819vip@gmail.com
陳奕妘	jane04098411@gmail.com
曹婉琪	a091739733247@gmail.com

中華民國一百零五年十二月

摘要

台灣的餐飲市場由於進入門檻低，現在已經到達飽和狀態。而除了提供美味餐點、舒適的用餐環境和親切的服務態度之外，如何使來店消費人數更多，也是業者關心的議題。因應社會環境的變遷，現代人工作忙碌晚餐時間有越來越晚的趨勢以及外食族群增加，因此台灣的餐飲業可進一步發展外送服務宅配與「晚晚餐」的市場。由於目前網路行銷、宅經濟…等盛行，於是可利用現代流行的科技來創造新的行銷手法，藉此吸引不同族群及不同年齡層的新客源。

本研究以竹北市星上星港式飲茶為研究對象，利用 STP 分析、五力分析及 SWOT 分析來了解星上星港式飲茶本身的優劣勢以及目前市場上所存在的機會與威脅，以利我們做進一步的探討。我們透過網路行銷之方式為星上星港式飲茶架設官網，提供店家詳細資訊給顧客，並作為店家改善其經營模式與客製化服務提升之參考，以此滿足消費者及店家需求。

【關鍵詞】 星上星港式飲茶官網、宅配到府、網路行銷、宅經濟

誌 謝

本專題能夠順利完成，先要感謝組員間的相互配合、一起討論、分工合作，願意花時間利用課餘的時間留下來討論、製作，各自發揮所長為專題貢獻一份心力，再來要感謝我們的指導老師張哲明老師，在百忙之中仍抽空細心指導我們，在我們對專題研究不知如何著手時，協助我們找到專題研究的方向，並在研究過程中給予我們許多有用的建議，讓我們清楚知道專題研究的目的；以及我們的口試老師詹敏慈老師和潘昭儀老師給予我們寶貴的意見，協助我們的專題研究修改，讓我們的專題表現更加完善。

感謝竹北星上星港式飲茶願意配合我們研究此專題，提供我們資料及意見，協助我們發放問卷，順利完成專題研究其中一個重要的環節。

目 錄

審定書	I
授權書	II
摘要	III
誌謝	IV
目錄	V
表目錄	VI
圖目錄	VII
第一章 緒論	1
第一節 研究動機	1
第二節 研究目的	2
第三節 研究流程	2
第四節 研究範圍與限制	3
第二章 文獻探討	4
第一節 產業分析	4
(一) 五力分析	4
(二) SWOT 分析	5
第二節 餐飲市場概況	6
第三節 網路行銷	9
第四節 宅經濟	10
第五節 餐飲客製化企劃書	11
第三章 研究方法	12
第一節 研究架構	12
第二節 問卷調查法	13

第三節 訪談調查法	14
第四節 網路行銷	15
第四章 研究結果	16
第一節 敘述性統計分析	16
第二節 訪談調查法	19
第三節 五力分析	20
第四節 SWOT 分析	21
第五節 網站架設	22
第五章 結論與建議	24
第一節 結論	24
第一節 建議	24
參考文獻	25
附錄	26
附錄一 問卷內容	26
附錄二 訪談內容	27
附錄三 宅配價目表	30

表目錄

表 2.1 SWOT 分析表	5
表 4.1 基本資料統計	16
表 4.2 滿意度統計	18
表 4.3 複選題統計	18
表 4.4 深度訪談大綱	19
表 4.5 受訪者基本資料	19
表 4.6 星上星港式飲茶五力分析表	20
表 4.7 星上星港式飲茶 SWOT 分析表	21

圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	2
圖 2.2 五力分析圖.....	4
圖 2.3 2015 年餐飲業營業額圖.....	6
圖 3.1 研究架構圖.....	12
圖 4.1.1 星上星港式飲茶官網製作圖.....	22
圖 4.1.2 星上星港式飲茶官網製作圖.....	23
圖 4.1.3 星上星港式飲茶官網製作圖.....	23

第一章 緒論

第一節 研究動機

飲茶的由來，是一種源自中國廣州的粵式飲食，而後在廣東乃至世界各地傳播，成為廣東文化的一大特色。在廣東，飲茶一開始是叫做「上茶樓」或者「上酒樓」，後來就叫了「去飲茶」，慢慢「飲茶」就變成了上茶樓喝茶吃點心的代名詞。飲茶在香港及廣東一帶非常流行，近年更流傳到中國其他省份及世界各地，成為最具代表性的粵式飲食文化。

而在 1960 年代前後，港式飲茶曾經是台北餐飲市場最有人氣的業種。在最繁華的西門町 港式茶樓展店的速度猶如雨後春筍般 幾乎可用十步一家來形容，。然而，在 70 年代西式速食連鎖店大舉來台的風潮中，台灣餐飲界的生態急劇的改變，港式飲茶的時代因此迅速沒落。

隨著生活型態與經濟環境不斷的改變，服務業已經成為台灣重要產業之一。人們不在只是拼命的工作而開始注重生活品質，使得休閒娛樂、餐飲服務、健身等提升生活品質的產業發展蓬勃，在這產業競爭激烈下要如何開創一條屬於自己路。

港式飲茶受到大環境的影響若中小型店家以舊有的方式經營，將難以順應產業結構的變遷 逐漸面臨淘汰邊緣，因此中小型店家的商業模式必須要有所改變。為了使他們不受環境的影響，本研究將提出新的商業模式，提供宅配進而開發新客源，創造新的商機，希望以此提高中小型企業競爭力。

第二節 研究目的

我們將位於新竹縣竹北市的「星上星港式飲茶」餐廳作為研究對象，並利用 SWOT 分析來瞭解店家本身優劣勢，以及外在環境對店家的影響。

主要研究目的為：

1. 瞭解消費者對於星上星港式飲茶的餐點及服務品質的滿意度。
2. 架設官網，提供顧客消費方式，增加購物的便利性。
3. 協助店家規劃網路行銷客製化來改善其經營方式，為店家創造利益與價值。

第三節 研究流程

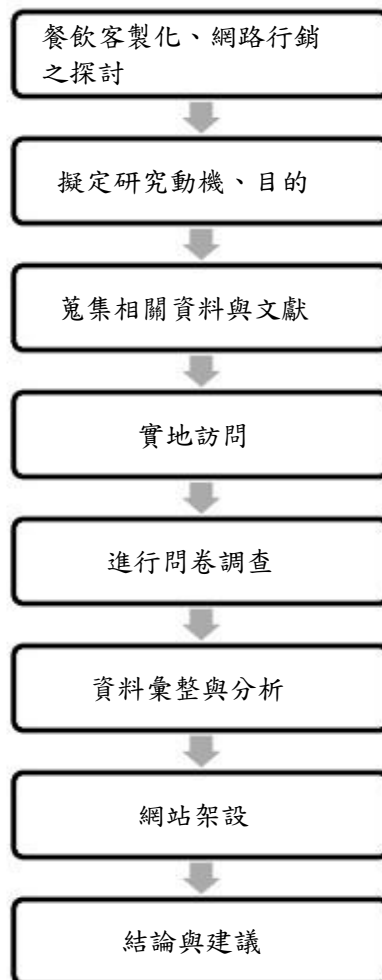


圖 1.1 研究流程圖

資料來源：本研究

第四節 研究範圍與限制

一、 研究範圍

本研究範圍主要是以「星上星港式飲茶」餐廳為研究對象，以探討店家之經營概況，並從中收集資料以協助本研究，同時也將對餐廳消費者進行調查，進一步瞭解消費者對餐廳之影響。

二、 研究限制

由於時間、人力及相關文獻資料取得不易，故本研究之限制可條列如下：

1. 本研究受限於人力之因素，無法發放大量問卷，以取得各種背景之消費者的意見(僅以部分星上星港式飲茶用餐之客人為主)。
2. 本研究受限於時間之因素(資料蒐集時間為 105 年 7-8 月)，無法收集店家之完整的營運資料(例：歷年營業額、財務報表)，故以本研究之期間所收集資料為主。
3. 由於餐飲業之經營現況變化大，因此相關文獻資料較難收集，本研究僅能以現有的文獻資料為依據，進行本主題之研究。

第二章 文獻探討

第一節 產業分析

本研究使用以下兩種方法來進行產業分析，以利小組進行探討。

(一) 五力分析

由麥可·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。

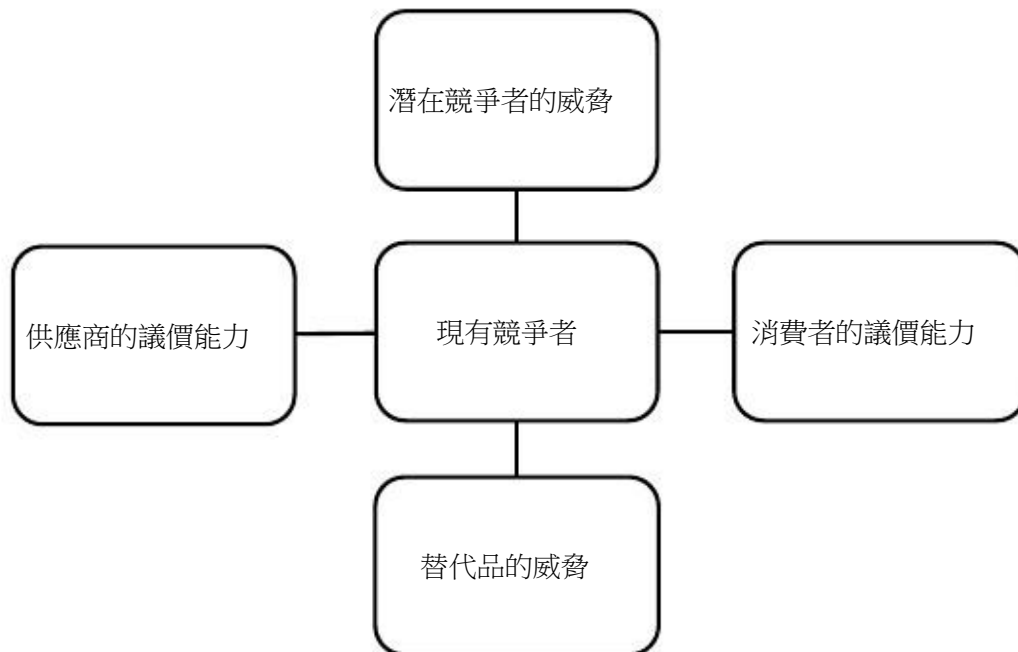


圖 2.1 五力分析圖

資料來源：MBA 智力百科

(二) SWOT 分析

由美國舊金山大學的管理學教授韋里克在 20 世紀 80 年代提出，經常被用於企業戰略制定、競爭對手分析，是一種企業競爭態勢分析方法，是市場行銷的基礎分析方法之一，通過評價企業的優勢（Strengths）、劣勢（Weaknesses）、競爭市場上的機會（Opportunities）和威脅（Threats），用以在制定企業的發展戰略前對企業進行深入全面的分析以及競爭優勢的定位。

表 2.1 SWOT 分析表

	內在分析	S 優勢	W 劣勢
外在分析			
O 機會		SO 策略 根據內部優勢以獲取外部機會的利益	WO 策略 改善內部劣勢以抓住外部機會的利益
T 威脅		ST 策略 利用內部優勢以避免或減少外部威脅的影響	WT 策略 減少內部劣勢以避免外部威脅的影響

資料來源：MBA 智力百科

第二節 餐飲業市場概況

由於受到各種文化激盪的影響，台灣的飲食風情向來皆以多元兼容著稱。在台灣，除了琳琅滿目的各式在地小吃，舉凡西式洋食、日韓料理、東南亞菜餚……等來自全球各地的眾多美食更是共同為台灣成就了「美食天堂」的美譽；另一方面，民眾們愛啖美食的習性不僅帶來了台灣飲食文化的蓬勃發展，同時更留下了「民以食為天」的生活信仰，而從報章媒體上比例日漸升高的美食資訊，更可一覽無遺地看出「吃」已成為台灣民眾生活中最為重視的一部分。

1. 餐飲產業持續成長，外食文化貢獻大

根據經濟部統計處所公布的最新資料，台灣餐飲業的營業額已由 2010 年的新台幣 3809 億元提升至 2015 年的 4241 億元，與營業家數、從業人數同樣呈現連續五年成長的趨勢；其中，餐館業者近兩年的成長速度雖然稍微趨緩、但是仍為整體餐飲業貢獻了 84.6% 的產值，居次的飲料店業則因咖啡的飲用人口漸增、連鎖手搖飲料店家數擴張……等原因而不斷成長，並且在產業中占有約 11.1% 的比例，而唯一加速衰退、營業額成長緩慢的餐飲攤販業以及其他餐飲業則合計共占整體產值約 4.3%。



圖 2.2 2015 年餐飲業營業額圖

資料來源：經濟部統計處

倘若我們進一步深究餐飲產業持續成長的原因，則可發現此乃由於近年來台灣單身人口、頂客族以及婦女就業人數的攀升，使得習慣於外食的人口比例逐年增加、進而形成強勁的餐飲需求，並且促使餐飲產業穩定發展。根據行政院主計處所進行的調查顯示，目前有高達 93% 的台灣民眾有外食的習慣，其中甚至有 33.74% 的民眾每週有超過 4 天會在外用餐，尤其以年輕族群居多；另一方面，從食品所 ITIS 註所整理的資料中，則可發現有七成的民眾每月的餐飲支出金額約落在新台幣 6001 元至 1 萬 2000 元間，而餐飲支出占家庭消費性支出的比重也呈現逐年升高的趨勢。再再都顯示著外食需求似乎正是推動台灣餐飲產業所不可或缺的因素之一。

2. 健康、安全和便利成為餐飲業者發展重心

調查顯示，目前台灣的餐飲營業據點以北部最多、約占七成，其次則分別為南部的 17.28% 和中部的 14.91%，而主要的餐飲營業型態則以中式料理餐廳所占比例最高、約 38%，其次則依序為異國料理餐廳、連鎖速食和披薩店、咖啡館以及小吃店。據了解，大多數民眾表示在挑選餐廳時最為在意的餐飲特質即為「美味可口」、「營養豐富」和「天然無添加」，其中 50 歲以上的民眾更格外重視餐廳所提供的美食是否符合「低熱量」及「營養豐富」的條件；因此，營收占餐飲業大宗的餐館業者們除了必須兼顧菜色的口味以及服務品質之外，近年來亦紛紛轉而強調健康、營養和安全等訴求，並且盡可能地透過創新型態的主題式餐廳，如貓咪餐廳、親子餐廳……等，以符合民眾外出用餐時在滿足口腹之慾外的另一層需求。

另一方面，從餐飲的發展趨勢來看，便利商店也是外食人口增加的受惠者之一，其多樣化的餐點種類選擇、偏向於平易近人的鮮食價格、快速且衛生的購買流程和用餐環境……等特性，都是成功吸引外食人口、讓民眾願意從傳統攤販小吃轉而進入超商解決三餐的因素之一，而這同時也提升了便利商店在餐飲市場的重要程度。此外，由於台灣民眾外食的比例以早餐最高，因此早餐市場也成為了

大如連鎖速食店家、小如餐飲攤販等業者共同欲搶占的商機；例如，麥當勞和肯德基便相繼推出各式平價早餐，而不少連鎖早餐店業者則以延長營業時間、增加提供早午餐的策略以其吸納更多客源。

歷經一連串的食安風暴後，台灣民眾對於食品安全的意識已逐漸提高、同時在餐飲上的消費行為也悄然地發生了變化，例如，民眾出外用餐時不僅會注重食材的產地來源和商品標示等，同時也更加在意店家是否講究環境的衛生安全、食品的健康無添加……等標準；只不過，在食品所 IT IS(Industry & Technology Intelligence Service 產業技術知識服務計畫)的調查也發現，僅有 5%的民眾會因為食品安全事件而選擇不再出外用餐，這顯示外食消費的需求著實強勁、而餐飲市場為民眾所帶來的便利性在短期內則無法馬上被取代。

展望未來，對於民眾而言，出外用餐時除了餐點的美味程度之外，如何吃得健康、吃得安全亦是日漸受到重視的議題，而台灣餐飲產業雖然受益於外食文化的興盛而持續成長，卻也不得不面對因食安危機所衍生的產業衝擊。然而，換個角度思考，倘若餐飲業者們由此重新出發、嚴格把關食品的每道製作過程、進而提升餐點和食材的資訊透明程度，讓民眾在用餐時產生更高的信賴感，或許，危機也可能成為轉型的最佳契機！

第三節 網路行銷

一、定義

網路行銷，亦稱線上行銷或者電子行銷，指的是一種利用網際網路的行銷模式。網際網路為行銷帶來了許多的便利，網際網路媒體可以立即回復與引起迴響雙方面的互動性本質，皆為網路行銷有別於其他種行銷方式的獨一無二特性。

網路行銷（On-line Marketing 或 E-Marketing）就是以網際網路為基礎，利用數位化的資訊和網路媒體的互動性來輔助行銷目標實作的一種新型的市場行銷方式。簡單的說，網路行銷就是以網際網路為主要手段進行的，為達到一定行銷目的的行銷活動。

二、方法

網路行銷方法包括了：搜尋引擎行銷、顯示廣告行銷、電子郵件行銷、會員行銷、互動式行銷、病毒式行銷、論壇行銷、web2.0 行銷、影片行銷、部落格行銷、微博行銷、口碑行銷、社會網路行銷、關鍵字行銷、搜尋引擎最佳化、原生廣告…等方法。

三、策略

包括線上行銷產品、服務與網站的各個層面，也包括市場調查、電子郵件行銷與直銷。

第四節 宅經濟

宅經濟，又稱閒人經濟，是指人們將假日時間分配在家庭生活、減少出門消費所帶來的商機與現象。

一、定義

由於經濟因素等，許多人趨於「居家消費」。在無薪假、失業潮的波瀾下，亦有許多人轉向在家賺錢、網路創業，省下租用店面的成本，透過網路行銷、口碑相傳，創造低成本大商機。宅經濟可以包括寫作及多媒體創作的宅創作、攝影和翻譯等宅代工和在家投資和買賣的宅交易等。

二、市場先例

網購品項種類多、實體虛擬通路整合、店面租金攀升、行動上網時代來臨、宅配通路廣，經濟部指出這 5 大因素是電子商務營業額能夠連續第9年正成長的關鍵因素。統計資料顯示，104年電子商務的營業額高達 2167億元，再創歷年新高點。此外近 10年無店面零售業營收佔總體零售業營收的比例也逐年增加中。

電子商務不受天候、地點、時間的限制，產品項目選擇多，宅配通路也很方便，再加上人手一機行動裝置的風氣興盛，民眾網路使用普遍，這種動動手指後只要在家坐等商品送上門的購物方式，使「宅經濟」快速崛起。此外，實體店面租金攀升，也使許多量販業、百貨紛紛效法美國，加入虛擬與實體通路整合的行列。

量販通路愛買在104年9月新增與 Yahoo奇摩超級商城的跨平台合作後，去年線上購物總業績約新台幣5億元，與同期比較已成長6成。美式量販店好市多、量販通路家樂福等，也都將網購服務視為本年度重點發展項目。百貨品牌 SOGO、遠東百貨等，在旗下電子商務 GoHappy 網站經營線上分館後，每年營收穩定成長將近50%。電子商務 GoHappy表示，經營網購後意外發現，虛擬與實體忠誠會員的重疊率竟然高達70%以上，消費力也有35%以上從實體通路轉移到虛擬通路。

第五節 餐飲客製化企劃書

一、目標 (Why)

本企劃書的目標是利用網路行銷方式，架設一個官網，並提供店內詳細資訊（例：最新活動等），以及新增線上訂位與宅配服務。

主要目的：1. 提升顧客滿意度及購買意願

2. 滿足現在消費者需求及新的消費習慣，提出餐飲客製化服務

二、內容要點 (What)

1. 提供套餐組合及消費者自由選配，符合顧客需求與期待。
2. 規劃優惠活動，提升附加價值，創造顧客滿意。

三、對象範圍 (Where)

實體：竹北星上星港式飲茶的消費者

四、實施方式 (How)

架設官網

五、訪談期間 (When)

二零一六年六月至十一月

六、執行團隊 (Who)

本專題小組成員

七、所需經費 (How much)

支出項目	預算金額	備註
舉辦促銷活動贈品	12000	
各活動促銷費	20000	促銷活動平均費用
網站維護費	10000	
宅配	5400	一個月平均費用
雜費	5000	
合計	47000	

八、預期效益 (Effect)

預計三個月後，顧客滿意度提高 12%，業績提升 20%

第三章 研究方法

第一節、研究架構

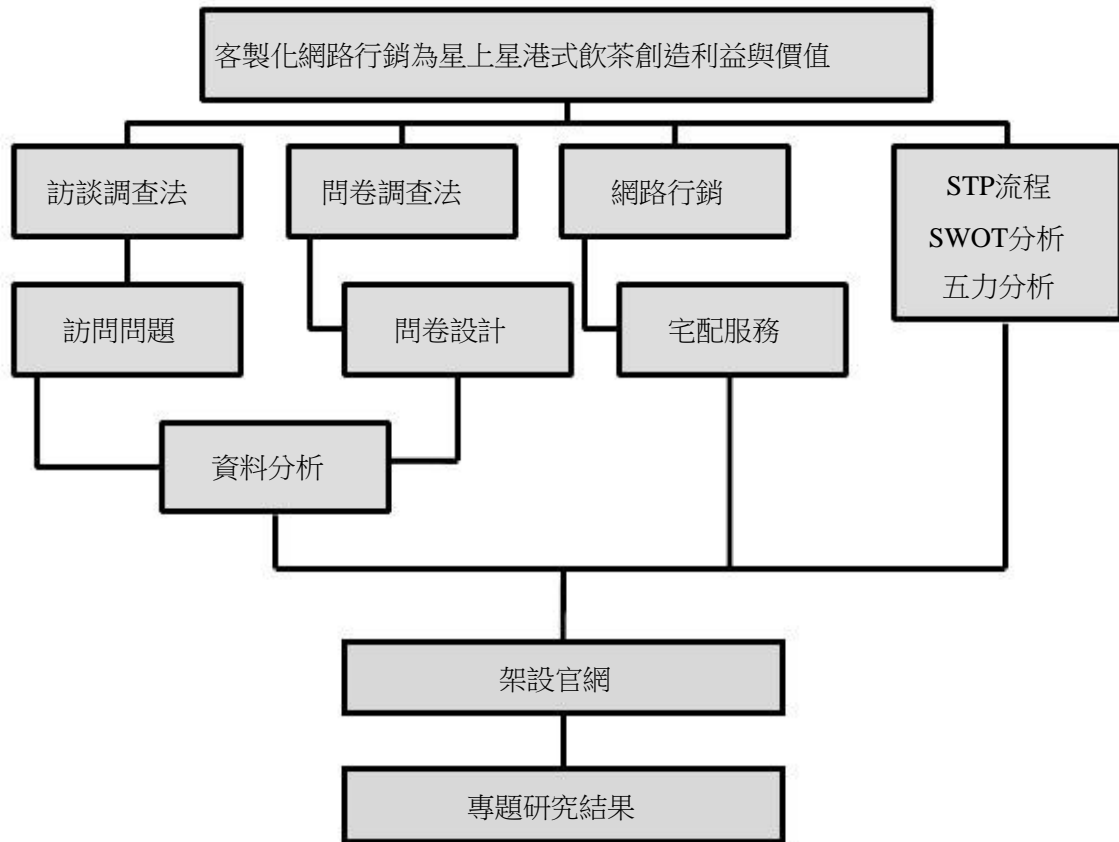


圖 3.1 研究架構圖
資料來源：本研究

第二節 問卷調查法

問卷調查法也稱問卷法，是調查者運用統一設計的問卷向被選取的調查對象瞭解情況或徵詢意見的調查方法。

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

一、調查目的

本研究利用問卷調查法之隨機抽樣進行資料蒐集，了解星上星港式飲茶消費者的需求及對店家服務滿意度。

二、問卷設計

研究之問卷內容是針對本研究目的與動機，進行討論後針對星上星港式飲茶竹北店設計問卷，了解顧客的滿意度及需求，對象為餐廳消費者。

三、發放問卷

問卷發放對象為星上星港式飲茶的顧客，並於 2016 年 7 月 6 日隨機向 50 位到店消費的顧客發放問卷進行研究。本研究共發放 50 份問卷，實際回收 50 份，扣除 1 份無效問卷後，有效問卷為 49 份。

第三節 訪談調查法

訪談是蒐集調查資料的另一種方法。與其請受訪者閱讀問卷再自行填寫答案，研究人員可派遣訪問員以口述方式發問，並記錄受訪者的答案。

一、訪談目的

本研究訪談目的為瞭解員工對於餐廳消費者消費習慣的想法，藉以對本研究設計之參考，運用無結構訪談方式，容易取得較完整的資料，也較具真實性。訪談者跟受訪者可以隨便地談出自己的意見和感受，非常有彈性。

二、訪談對象

本研究之訪談對象為店內的 3 名員工，皆有 1 年以上的資歷，可以告訴我們關於店的經營目標及促銷活動…等，謹供我們參考。

第四節 網路行銷

藉由電腦網路來傳送廣告訊息，在網頁刊登定期或不定期之促銷活動或廣告以吸引消費者。網路行銷不需要數千萬的預算也可以做到，相較於傳統的大眾媒體，動輒就要花費上千萬的媒體預算，在資訊爆炸的時代，消費者每天從網路上搜尋各種不同的資訊，同時也在網路上消費。

一、研究之目的

希望能利用最新科技，網路的力量吸引多一些消費者，再加上網路不受場地的限制，讓店家和消費直接溝通，可以把會員資訊直接回饋給店家，由店家來滿足顧客的特殊要求，可在顧客同意的前提下瞭解顧客的消費金額、個人愛好等方面資訊，讓買賣更客製化，利用網路行銷讓更多人知道星上星港式飲茶提升知名度，促進消費提升店裡業績。

二、研究之方法

為星上星港式飲茶架設一個網站，並提供網路宅配、網路訂位……等服務，定期舉辦優惠活動，搭配組合套餐或是自由選配，讓顧客能自行選擇自己喜愛的餐點，更貼近顧客的心。

第四章 研究結果

第一節 敘述性統計分析

一、樣本基本資料

本研究共發放 50 份問卷，回收 50 份，扣除 1 份無效問卷後，有效問卷為 49 份，有效問卷回收率為 98%。其中男女比例的部分男性居多，共 25 人佔男女比例的 51.02%；年齡部分則是以 41 到 60 歲的人居多，共 24 人佔年齡比例的 48.98%；職業部分以上班族跟服務業居多，皆有 13 人佔職業比例的 26.53%；用餐時段部分以 17:00-19:00 居多，共有 23 人佔用餐時段比例的 46.93%；用餐金額部份以 501-1000 元居多，共有 18 人佔用餐金額比例的 36.73%；此次用餐原因部分以朋友聚會居多，共有 16 人佔此次用餐原因的 32.65%；選擇本餐廳原因以餐點美味居多；如表所示

表 4.1 樣本分配之統計

背景變項	項目	人數	百分比
性別	男性	25	51.02
	女性	24	48.98
職業	學生	10	20.4
	上班族	13	26.53
	服務業	13	26.53
	家庭主婦	7	14.2
	軍公教	4	8.16
	其他	2	4.08
年齡	16-40 歲	22	44.88
	41-60 歲	24	48.98
	61 歲以上	3	6.12

用餐時段	11:00-14:00	13	26.53
	17:00-19:00	23	46.93
	19:00-21:00	13	26.53
用餐金額	200 元以下	0	0
	201-500 元	10	20.4
	501-1000 元	18	36.73
	1001-1500 元	10	20.4
	1501-2000 元	7	14.28
	2000 元以上	4	8.16
此次用餐原因	家庭聚餐	11	22.44
	公司聚餐	10	20.4
	朋友聚餐	16	32.65
	節日慶祝	5	10.2
	約會	6	12.24
	其他	1	2.04

資料來源:本研究

一、滿意度調查

表 4.2 滿意度統計

項目	人數					百分比				
	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
餐點	15	24	10	0	0	30.61	48.98	20.41	0	0
服務	13	19	17	0	0	26.53	38.78	34.69	0	0
上餐速度	18	17	14	0	0	36.73	34.69	28.57	0	0
店內環境整潔	9	25	15	0	0	18.37	51.02	30.61	0	0

資料來源:本研究

二、複選題整理

表 4.3 複選題統計

※其中共有 46 人認為如果提供以上服務會提高他們到店的消費意願佔 93.88%的比例。

項目	票數	排行	項目	票數	排行
選擇本餐廳原因			希望本店能提供何種服務		
餐點美味	30	1	等待區設置報章雜誌	12	3
價格合理	18	3	定期推出促銷活動	26	1
服務態度良好	14	4	宅配到府	5	5
用餐環境佳	21	2	客製化服務	7	4
交通良好	10	5	期間限定活動	17	2
其他	0	6	其他	2	6

資料來源:本研究

第二節 訪談調查法

本研究實地訪問了店內 3 名員工對於店內經營的看法。

表 4.4 深度訪談大綱

題號	問項
1	請問本店經營多久？
2	請問您在本店服務多久了？
3	請問為什麼想將店開在竹北市？
4	請問餐飲市場這麼多種類，為什麼選擇港式飲茶？
5	請問本店的主要客源是？普遍年齡是？普遍消費金額是？
6	請問本店有淡旺季嗎？分別是幾月？
7	外帶的顧客很多嗎？消費金額大多為？
8	請問店家銷售最好的餐點是什麼？
9	請問現在餐廳的促銷方式？
10	請問覺得本店的品牌知名度夠高嗎？
11	請問覺得本店給消費者的形象如何？
12	請問本店覺得怎麼做能使您的客人願意再度光臨？
13	對本店有什麼希望達成的目標嗎？
14	在這網路發達的世代，有想過利用什麼方法提升業績嗎？

資料來源:本研究

表 4.5 受訪者基本資料

訪談日期 105 年 10 月 19 日星期三				
受訪者	居住地	性別	年齡	訪問時間
黃○○	新竹市	女	20~30 歲	約 30 分鐘
周○○	新竹縣	女	30-40 歲	
蔡○○	新竹縣	男	20-30 歲	

資料來源:本研究

第三節 五力分析

用途是定義出一個市場吸引力高低程度。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。

表 4.6 星上星港式飲茶五力分析說明表

分析項目	說明	有利/不利
潛在競爭者的威脅	未來想加入港飲市場及近年來小型創業盛行，如餐車，將影響餐飲業現況	不利
替代品的威脅	餐飲市場上，同業競爭激烈，容易分散客源	不利
供應商的議價能力	業者大量進貨食材，故議價空間小	有利
消費者的議價能力	用餐價格為不二價，故議價空間小	有利
現有競爭者	市場上同類型的餐廳很多	不利

資料來源：本研究

第四節 SWOT 分析

優劣勢分析主要是著眼於企業自身的實力及其與競爭對手的比較，而機會和威脅分析將注意力放在外部環境的變化及對企業的可能影響上。在分析時，應把所有的內部因素（即優劣勢）集中在一起，然後用外部的力量來對這些因素進行評估。

表 4.7 星上星港式飲茶 SWOT 分析表

S 優勢 (Strengths)	W 劣勢 (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none">1. 定期研發新菜色2. 定期促銷活動3. 提供外燴4. 提供限量餐點	<ol style="list-style-type: none">1. 沒有提供外送服務2. 價格偏高3. 店內座位有限
O 機會 (Opportunities)	T 威脅 (Threats)
<ol style="list-style-type: none">1. 離工業區/科學園區較近2. 至漁港採買新鮮食材3. 網路科技發達，電子商務盛行	<ol style="list-style-type: none">1. 同業競爭大2. 消費與購買能力下降3. 原物料上漲

資料來源：本研究

第五節 網站架設

因星上星港式飲茶原網路行銷之經營模式是透過 FB 粉絲專頁提供店內資訊，但經由我們搜尋發現專頁資訊不足，無定時更新，無法真正達到網路之行銷目的，因此本小組決定為星上星港式飲茶餐廳架設官方網站，藉此提供店內詳細資訊，並不定時推出促銷活動，此外我們更增加線上訂位、宅配服務，讓顧客能有更多的消費方式。

本小組利用網站設計軟體 Dreamweaver MX 2004 架設，自 6 月起開始為期 5 個月的製作時間，以下為製作之過程及成果。

※星上星港式飲茶官網

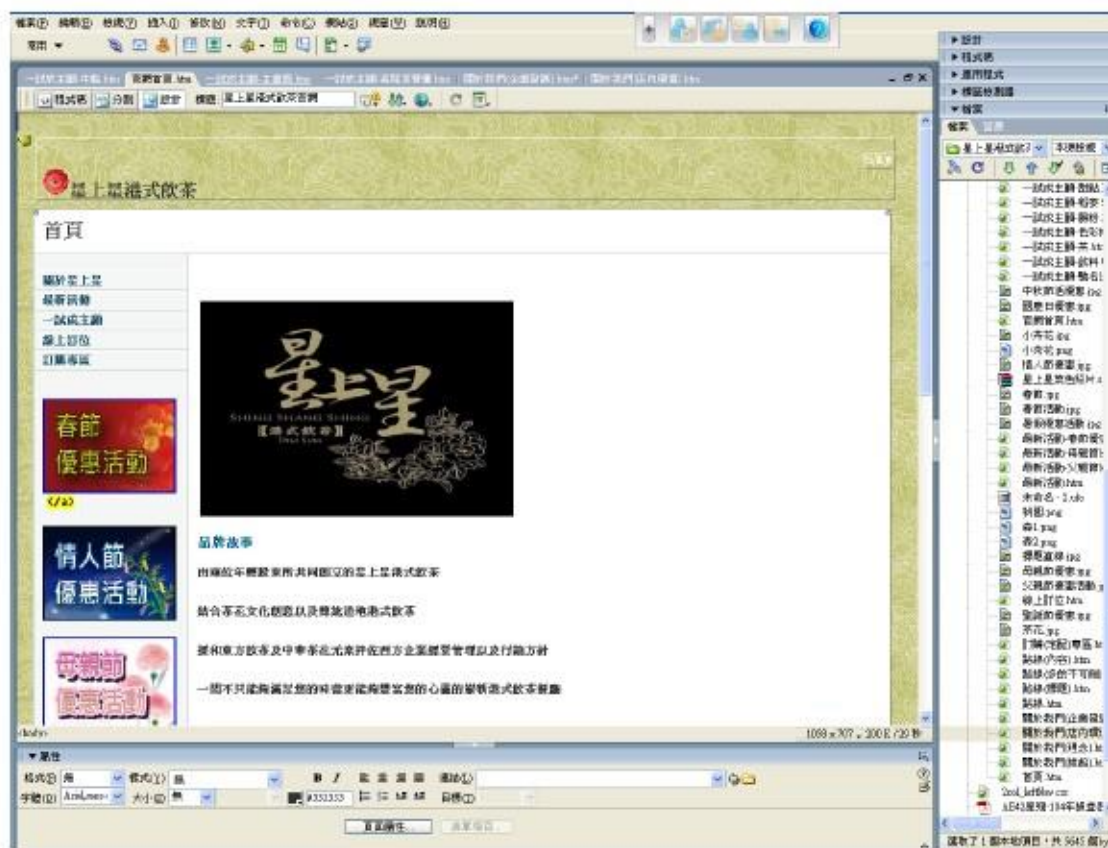


圖 4.1.1 星上星港式飲茶官網製作圖

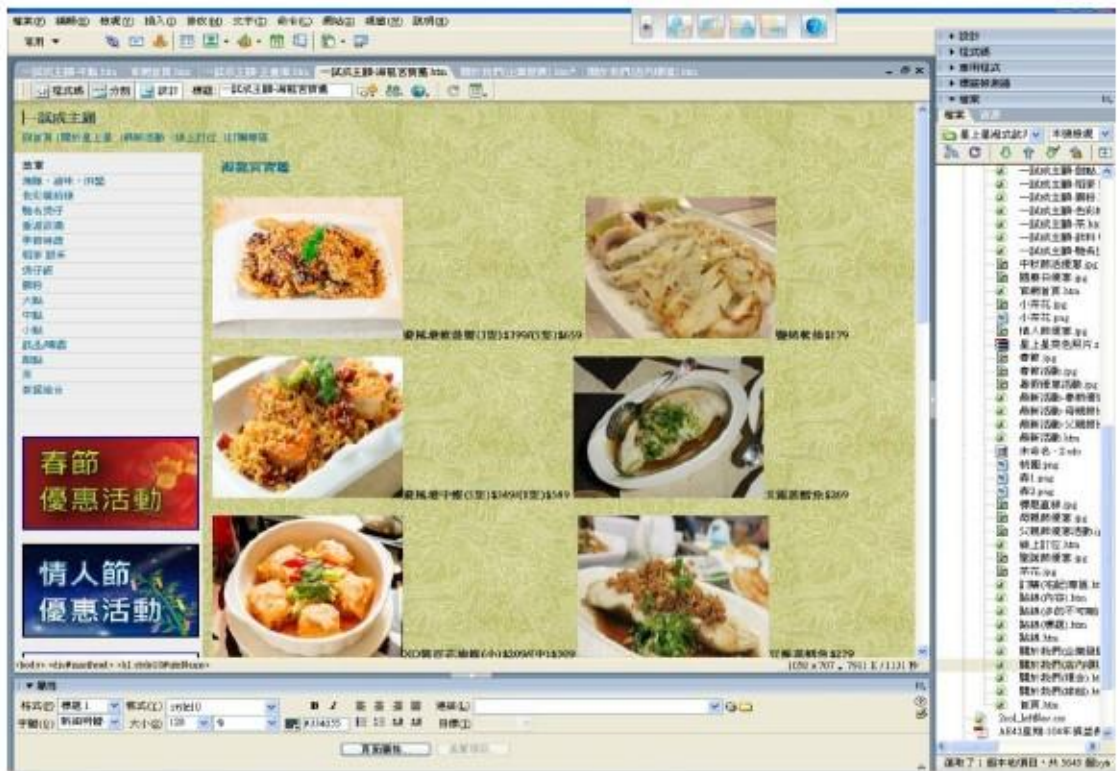


圖 4.1.2 星上星港式飲茶官網製作圖



圖 4.1.3 星上星港式飲茶官網製作圖

資料來源：本研究

第五章 結論與建議

第一節 結論

由於宅經濟發展蓬勃及網路帶給顧客的便利性，再加上資訊傳遞迅速，因此我們利用網路行銷模式中的內容行銷替星上星港式飲茶建立一個官方網站。透過官網我們將提供詳細資訊(例如：促銷活動、新菜色)給予消費者，並增設線上訂餐系統與外送/宅配服務以增加消費者購買的便利性。

本小組透過實地訪察並對店員進行深度訪談，以及從問卷調查法了解消費者的需求並利用 SWOT 分析與五力分析來了解店家的優弱勢與潛在的競爭者…等。並從網路蒐集與港式飲茶相關的資訊，讓我們可以更加了解港式飲茶的文化，為此我們替星上星港式飲茶提出與以往不同的行銷模式。

第二節 建議

我們的官方網站針對消費者與店家有以下重點：

一、消費者方面

1. 針對消費者對於節慶的需求我們推出節慶方案，例如：春節優惠活動與父親節優惠活動。
2. 推出了套餐組合與線上訂位、外送及宅配服務讓消費者不用出門就可以享受到美味的港式飲茶或者是不用在現場等候到店就可以立即用餐。

二、店家方面

1. 推出宅配藉此開發新客源 並希望以此解決店家因店內座位有限而造成的劣勢。
2. 透過網路訂餐與不定時的優惠活動提高再次購買的意願及吸引消費者的目光以增加營業額。
3. 因研究期間限制網站並無實際營運，無法得知實際營運後所帶來的成本及效益，此部分可待下次研究進一步探討。

參考文獻

一、網站文獻

1. 維基百科：飲茶<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%A3%B2%E8%8C%B6>
2. 京星餐飲事業群：<http://www.citystar.com.tw/about04.php>
3. 遠見雜誌-餐飲業的成長及其幕後推手：外食文化：http://www.gvm.com.tw/webonly_content_8765_2.html
4. 維基百科：網路行銷<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BD%91%E7%BB%9C%E8%90%A5%E9%94%80>
5. 自由時報 財經版：宅經濟崛起！ 5 大因素創造千億網購商機 <http://news.ltn.com.tw/news/business/breakingnews/1616192>
6. MBA 智庫百科：STP 流程
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/STP%E7%90%86%E8%AE%BA>
7. 維基百科：五力分析
<https://zh.m.wikipedia.org/zh-tw/>
8. 維基百科：SWOT分析<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%BC%B7%E5%BC%B1%E5%8D%B1%E6%A9%9F%E5%88%86%E6%9E%90>
9. MBA智庫百科：問卷調查法<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E9%97%AE%E5%8D%B7%E8%B0%83%E6%9F%A5%E6%B3%95>

附錄

附錄一、問卷內容

您好，我們是明新科技大學企業管理系的學生，以星上星港式飲茶為例設計此問卷，做為畢業專題研究參考資料，予以協助。問卷結果僅供參考，絕不做其他用途。感謝您的熱心參與

一、基本問卷

1. 性別

男女

2. 年齡

青年(16-40 歲) 中年(41-60 歲) 老年(60 歲以上)

3. 職業

學生上班族服務業家庭主婦軍公教其他

4. 用餐時段

11:00-14:00 17:00-19:00 19:00-21:00

5. 用餐金額

200 元(含)以下201-500 元 501-1000 元1001-1500 元

1501-2000 元2000 元以上

6. 此次用餐原因

家庭聚餐公司聚餐朋友聚會節日慶祝約會其他

7. 選擇本餐廳的原因(可複選)

餐點美味價格合理服務態度良好用餐環境佳交通良好其他

二、問卷內容

1. 餐點滿意度

非常滿意滿意普通不滿意非常不滿意

2. 服務滿意度

非常滿意滿意普通不滿意非常不滿意

3. 上餐速度

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

4. 店內環境整潔

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

5. 希望本店能夠提供何種服務

等待區設置報章雜誌 定期推出促銷活動 宅配到府 客製化服務

期間限定活動 其他

6. 若提供以上服務(第 5 點)是否會提高您的消費意願

會 不會

7. 建議

附錄二、深入訪談內容

時間:105 年 10 月 19 日

地點:星上星港式飲茶竹本店

1 號訪談者

性別:女性

居住地區:新竹市

年齡:20~30 歲

1. 請問本店經營多久?兩年多
2. 您在本店服務多久了?一年多
3. 請問為什麼想將店開在竹北市?因為是新竹縣的鬧區
4. 請問餐飲市場這麼多種類,為什麼選擇港式飲茶?目前台灣還不普遍
5. 請問本店的主要客源是?普遍年齡是?普遍消費金額是?科技業;30 歲,1500 元
6. 請問本店有淡旺季嗎?分別是幾月?淡季為 11 月~1 月;旺季為 6 月~8 月
7. 外帶的顧客很多嗎?消費金額大多為?普通;1000 元

8. 請問店家銷售最好的餐點是什麼？招牌燒鴨
9. 請問現在餐廳的促銷方式？團購券、口碑
10. 請問覺得本店的品牌知名度夠高嗎？目前普通
11. 請問覺得本店給消費者的形象如何？服務良好、氣氛佳
12. 請問本店覺得怎麼做能使您的客人願意再度光臨？服務佳、餐點好
13. 對本店有什麼希望達成的目標嗎？期許客源在廣泛一些
14. 在這網路發達的世代，有想過利用什麼方法提升業績嗎？APP 集點、FB or IG 推廣

2 號訪談者

性別：女性

居住地區：新竹縣

年齡：30~40 歲

1. 請問本店經營多久？兩年多
2. 請問您在本店服務多久了？前後三年多
3. 請問為什麼想將店開在竹北市？餐廳多
4. 請問餐飲市場這麼多種類，為什麼選擇港式飲茶？不普遍
5. 請問本店的主要客源是？普遍年齡是？普遍消費金額是？家庭；30~50 歲，1500 元以下
6. 請問本店有淡旺季嗎？分別是幾月？淡季為 10 月~12 月；旺季為假日
7. 外帶的顧客很多嗎？消費金額大多為？還好；1500 元以下
8. 請問店家銷售最好的餐點是什麼？招牌燒鴨、鵝
9. 請問現在餐廳的促銷方式？GOMAJI
10. 請問覺得本店的品牌知名度夠高嗎？還好
11. 請問覺得本店給消費者的形象如何？中等
12. 請問本店覺得怎麼做能使您的客人願意再度光臨？折扣再多點

13. 對本店有什麼希望達成的目標嗎?每月賺不賠就好
14. 在這網路發達的世代，有想過利用什麼方法提升業績嗎?FB 推廣

3 號訪談者

性別:男性

居住地區: 新竹縣

年齡: 20~30 歲

1. 請問本店經營多久?兩年
2. 請問您在本店服務多久了? 一年七個月
3. 請問為什麼想將店開在竹北市?在地新竹人
4. 請問餐飲市場這麼多種類，為什麼選擇港式飲茶?因為種類多選擇多
5. 請問本店的主要客源是?普遍年齡是?普遍消費金額是?不分老少 20~65 歲，；
1000 元以下
6. 請問本店有淡旺季嗎?分別是幾月?淡季為 9 月~1 月；旺季為暑假及寒假
7. 外帶的顧客很多嗎?消費金額大多為? 還好；1000 元以下
8. 請問店家銷售最好的餐點是什麼?點心、腸粉、燒賣
9. 請問現在餐廳的促銷方式?團購券
10. 請問覺得本店的品牌知名度夠高嗎?普通
11. 請問覺得本店給消費者的形象如何?不收服務費很 OK
12. 請問本店覺得怎麼做能使您的客人願意再度光臨?服務及餐點再加強
13. 對本店有什麼希望達成的目標嗎?再多開幾家
14. 在這網路發達的世代，有想過利用什麼方法提升業績嗎?利用有名的團購促銷，打廣告提升業績

附錄三、宅配價目表

常溫宅配	地區	尺寸/價格			
		60公分以下	61~90公分	91~120公分	121~150公分
	竹北	120	160	200	240
	新豐	120	160	200	240
冷凍宅配 (低溫)	台北	150	210	270	無提供
	桃園	150	210	270	無提供
	苗栗	150	210	270	無提供
	台中	150	210	270	無提供
	南投	150	210	270	無提供
	彰化	150	210	270	無提供
	雲林	150	210	270	無提供
	嘉義	150	210	270	無提供
	台南	150	210	270	無提供
	高雄	150	210	270	無提供
	屏東	150	210	270	無提供
	台東	150	210	270	無提供
	花蓮	150	210	270	無提供
	宜蘭	150	210	270	無提供
	新北	150	210	270	無提供
基隆	150	210	270	無提供	

資料來源：黑貓宅急便