



逢甲大學學生報告 ePaper

探吉早餐坊之企業交易流程與內部控制評析

Transaction process and internal control analysis of Tangji Breakfast Shop

作者：黃沛瑀、王宇婕、周仙婷、金家杏、陳俞均、陳美芹、劉芷芃、羅蔚藍

系級：會計三乙

學號：D1137496、D1138320、D1276009、D1137923、D1138228、D1181793、
D1181818、D1181821

開課老師：黃娟娟 老師

課程名稱：會計資訊系統

開課系所：會計學系

開課學年：113 學年度 第 1 學期

中文摘要

探吉早餐坊作為一家連鎖早餐坊，其交易流程與內部控制機制對於維持穩定營運及保障財務健全性至關重要，本研究主要分析及探討探吉早餐坊的交易流程，包括採購、存貨管理、銷售及財務管理，並探討其內部控制措施如何保障流程的有效性和安全性且透過訪談分析探吉早餐坊如何找到自己的獨特定位並打造出小眾品牌的特殊價值。

探吉早餐坊位於逢甲商圈外圍住宅區，早餐坊的市場對於逢甲商圈而言已經逐漸飽和，但相較於其他，探吉早餐坊將客群聚焦於鄰近住宅之上班族群而非學生族群，在早餐坊如此密集且競爭力強大的背景下，本研究利用各項分析方法去探討及分析去瞭解探吉早餐坊從進貨、銷貨到顧客端的流程，且透過訪談更瞭解店家的營運策略以及內部的財務控制現狀。

根據各分析與研究方法去深入探討店家內部管理以及各個交易流程，本研究能更明確掌握探吉早餐坊之營運方針，並依據分析結果提供探吉早餐坊關於內部控制及財務控管之問題改善方式，本報告的結果不僅為探吉早餐坊未來的營運規劃提供參考，也可作為其完善營運方針與增強市場競爭力的基礎建議，助力其實現長期穩定的發展目標。

關鍵字：早餐坊、內部控制、成本分析、行銷策略分析

Abstract

Tanji Breakfast, a chain breakfast eatery, relies heavily on its transaction processes and internal control mechanisms to maintain stable operations and safeguard its financial health. In this study, we primarily analyze and examine Tanji Breakfast's transaction processes—including procurement, inventory management, sales, and financial management—and explore how its internal control measures ensure both the effectiveness and security of these workflows. Through interviews, we also investigate how Tanji Breakfast has carved out a unique market position and created distinctive value as a niche brand.

Situated on the outskirts of the FengChia commercial district in a residential area, Tanji Breakfast deliberately targets nearby working professionals rather than the student population—despite the local breakfast market being increasingly saturated. In such a densely competitive environment, we employed various analytical methods to investigate the store's operations from purchasing and sales all the way to the customer experience. In addition, interviews provided deeper insights into Tanji Breakfast's operational strategies and its current internal financial controls.

By drawing on multiple analytical approaches to explore the store's internal management and each stage of its transaction processes, we gained a clearer understanding of Tanji Breakfast's overall operational philosophy. Based on these findings, we propose improvements in internal controls and financial management. The outcomes of this report not only offer valuable reference points for Tanji Breakfast's future business planning but also serve as foundational recommendations for refining its operational guidelines and strengthening its market competitiveness, thereby paving the way for long-term, stable growth.

Keywords : breakfast shop, cost analysis, internal control, marketing strategy analysis

目錄

| | |
|-----------------|----|
| 中文摘要..... | 1 |
| ABSTRACT..... | 2 |
| 壹、 簡介..... | 5 |
| 一、研究動機及目的..... | 5 |
| 二、研究流程..... | 5 |
| 三、研究方法..... | 5 |
| 四、店家介紹..... | 6 |
| 五、經營理念..... | 6 |
| 六、經營項目..... | 6 |
| 七、人員組織圖..... | 6 |
| 八、人事管理..... | 8 |
| 貳、企業交易流程分析..... | 9 |
| 一、進貨流程..... | 9 |
| 二、應付帳款管理流程..... | 14 |
| 三、銷貨流程..... | 18 |
| 四、應收帳款管理流程..... | 22 |
| 五、存貨流程..... | 26 |
| 參、成本獲利分析..... | 30 |
| 肆、行銷策略分析..... | 32 |
| 一、SWOT 分析..... | 32 |
| 二、PEST 分析..... | 33 |
| 三、4P 分析..... | 34 |
| 伍、建議與優化..... | 36 |
| 陸、參考文獻..... | 39 |

圖目錄

| | |
|----------------------------|----|
| 圖 1 研究流程圖..... | 5 |
| 圖 2 經營項目圖..... | 7 |
| 圖 3 人員組織架構圖..... | 7 |
| 圖 4 店家原始進貨流程圖..... | 10 |
| 圖 5 模擬會計資訊系統之進貨流程圖..... | 10 |
| 圖 6 店家原始應付管理流程圖..... | 14 |
| 圖 7 模擬會計資訊系統之應付管理流程圖..... | 14 |
| 圖 8 店家原始銷貨流程圖..... | 19 |
| 圖 9 模擬會計資訊系統之銷貨流程圖..... | 19 |
| 圖 10 店家原始應收管理流程圖..... | 23 |
| 圖 11 模擬會計資訊系統之應收管理流程圖..... | 23 |
| 圖 12 店家原始存貨流程圖..... | 27 |
| 圖 13 模擬會計資訊系統之存貨流程圖..... | 27 |
| 圖 14 收益及成本佔比..... | 31 |

表目錄

| | |
|-------------------------|----|
| 表 1 內控的問題與解決方式..... | 8 |
| 表 2 旺季淡季純益比較..... | 30 |
| 表 3 加入 UBER 前後收益對比..... | 30 |
| 表 4 SWOT 分析..... | 32 |
| 表 5 PEST 分析..... | 33 |
| 表 6 4P 分析..... | 34 |

壹、簡介

一、研究動機及目的

企業在追求營運效率和競爭優勢的同時，內部控制制度的完善必然需要考量。大規模公司在確保財務資訊透明且合規之情形下，必然投入一定程度的人力、資源與資金來完善內部控制制度。然而，規模較小且並非上市櫃公司者(例如，本研究的個案公司)可能難以落實相同的制度。然而，探吉早餐坊(本研究的個案公司)為一家連鎖早餐品牌，雖規模無法與上市櫃公司並駕齊驅，卻同樣面臨人員管理、存貨控管以及交易流程易發生疏漏或舞弊等風險。藉由對探吉早餐坊之交易流程與內部控制現況進行實際調查訪談，本研究希望藉此分析產品的定價策略、營業費用、內部運營模式、行銷策略以及內部控制制度。更進一步，本研究希望能協助店家系統化其數據，並有效提供分析結果及具體建議，讓這些成果成為未來店家經營決策的重要依據。

二、研究流程



圖 1 研究流程圖
(來源：本研究自行整理)

三、研究方法

- (1) 成本獲利分析
- (2) 內部控管分析
- (3) 交易流程分析
- (4) 行銷策略分析

四、店家介紹

探吉早餐坊位於逢甲商圈外圍的住宅區，老闆在職涯轉換的關鍵時刻，因緣際會接到朋友的創業邀請。兩位創業者對於選址條件格外重視，包括避免客流量因大小月而出現明顯落差，以及確保顧客方便蒞臨。因此，他們選擇遠離交通繁忙的分隔島，以提升顧客的便利性。

在經營策略上，他們採用加盟的形式創立這間早餐坊，因加盟可以快速利用品牌的影響力來吸引客流，同時也能方便迅速地引進貨源和設備。在選擇加盟品牌的過程中，他們特意避開知名品牌，以減少高加盟費和品牌疲乏等問題。創業初期，早午餐尚未流行，因此老闆決定同時提供早餐和早午餐，滿足現代消費者多樣化的需求，這樣的銷售模式也更符合現代人的生活節奏。

五、經營理念

店家的經營理念源自於創業時追求自由的動機，希望打造一個自由的工作環境，員工與老闆間不再像傳統的上下屬關係，而是強調共同經營，讓每位成員都能感受到歸屬感和責任感，從而形成彼此互相扶持的家庭式氛圍。當客人在這種環境中用餐時，亦能夠感受到濃厚的溫暖與親切感。

六、經營項目

依據探吉早餐坊所提供的菜單，店內供應多樣化的選擇，如各蛋餅、捲餅、吐司、手工漢堡、拼盤組合、風味熱食、小點心，以及多款特色飲品及特調咖啡。他們不僅提供經典早餐，還兼顧正餐的需求，適合全日不同時段享用。店內以單點為主，也提供升級套餐的選項；部分店內商品的類型如圖 2 所示。

七、人員組織圖

透過訪談店家老闆，得知店內人員的工作分配。店長作為組織的最高管理者，負責全面管理，包括內場與外場的運作協調、員工管理及店鋪日常營運。在內場部門，內場主管負責管理所有廚房操作，確保出餐品質與效率，並協調內場工作分配。內場設有煎台兩名員工，負責烹調吐司、漢堡等食品，確保食物的烹調溫

度及熟度達到標準。炒台員工則專門負責翻炒類餐點，如飯類、麵類或其他熱食主菜，確保快速出餐。備料員工則負責分配原料、食品儲存等後勤工作，為其他崗位提供所需食材。在外場部門，外場主管負責確保服務品質，提升顧客體驗並確保訂單的準確性。送餐員工則負責將餐點準時送達顧客手中，並保持高效的服務態度。確認餐點員工在出餐前核對訂單內容，確保準確無誤。包餐員工則負責處理外帶或外送訂單，確保包裝完整且整潔；探吉早餐坊之人員組織架構圖如下所示：

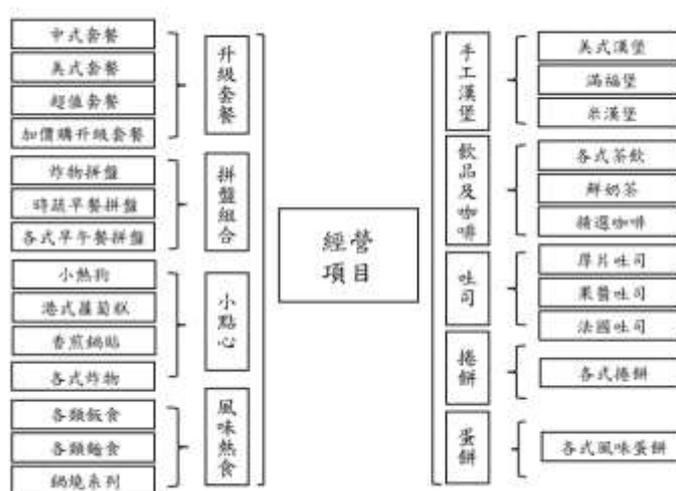


圖 2 經營項目圖
(來源：本研究自行整理)

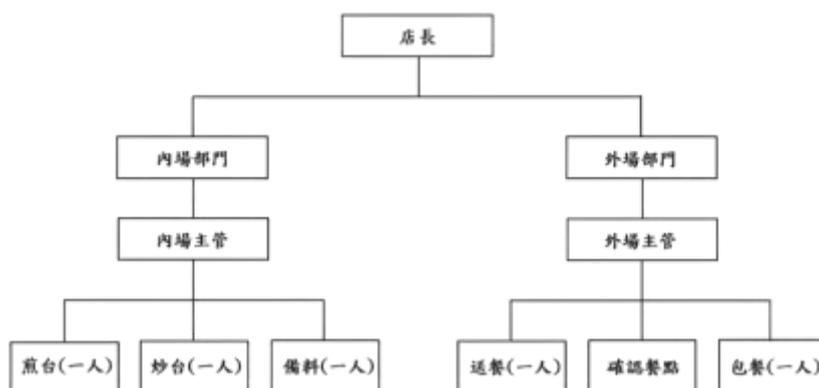


圖 3 人員組織架構圖
(來源：本研究自行整理)

八、人事管理

為確保早午餐店能夠合理且有效的運營，在人事管理這方面進行明確的職能分工，內外場皆各有四位員工在各自的崗位上工作，若工作繁忙需要支援時也能夠彈性調整。並建立內部控制機制，內外場相互監督出餐的品質及數量，且每位員工皆須清楚瞭解餐點的食材內容和配置情形，才能夠將餐點送到顧客中；內控的問題與解決方式如下所示：

表 1 內控的問題與解決方式

| | 問題 | 解決方式 |
|-----|--|--------------------------------|
| (1) | 店內提供不限量的員工餐，但卻有員工將超過員工本人食用量的員工餐帶回家。 | 訂定規則制度，限制員工只能在店內食用員工餐，份量則不多做限制 |
| (2) | 人事排班休假機制較彈性自由，容易導致員工過多使用調班休假的情況發生，進而影響店內的運營、人手不足的狀況等等。 | 建議針對調班機制建立較完整的規定制度，例如：規定彈性的次數 |

(來源：本研究自行整理)

貳、企業交易流程分析

本章節以訪談的方式瞭解企業在內部交易之管理流程，由於探吉早餐坊為一間較傳統之早餐坊且未使用會計資訊軟體或系統進行交易控制，因此本研究為凸顯會計資訊系統對於企業交易之重要性，將額外加入模擬會計資訊系統之流程做為參考，此參考也能作為對於探吉早餐坊之優化建議；本章節包含進貨流程、應負管理流程、銷貨流程、應收管理流程以及存貨管理流程，且每項流程皆有企業原始流程及加入會計資訊系統後之流程作為企業優化之參考。

一、進貨流程

進貨流程管理企業採購之原材料、商品或服務之活動，本研究所訪談之企業原始的進貨流程較簡化且在種種經驗下調整出店家自身的進貨流程，雖然對比具有會計資訊系統的情形向較容易有疏漏，但企業也未因此產生極大的損失。本研究認為企業在進行採購時，加入系統化的處理會提升企業的效率及內部資訊精細化，系統化後，採購人員首先根據需求提出採購申請單，且經核准後生成採購訂單且詳細記載供應商進貨細項資訊。當供應商交貨時，企業驗收部門需檢查是否符合訂單規範，並進行驗收。驗收完畢，會計資訊系統將進貨相關資料進行核對及確認，確認無誤後即建立應付帳款，記錄企業對供應商的付款義務。此外，進貨流程還會自動反映至存貨管理系統以確保存貨資料即時更新至最新狀況。納入會計資訊系統的整合將有助於提升作業效率、降低人為錯誤，並為企業提供精確的決策支持，因此本研究模擬出進貨流程以作訪談企業之參考與建議。

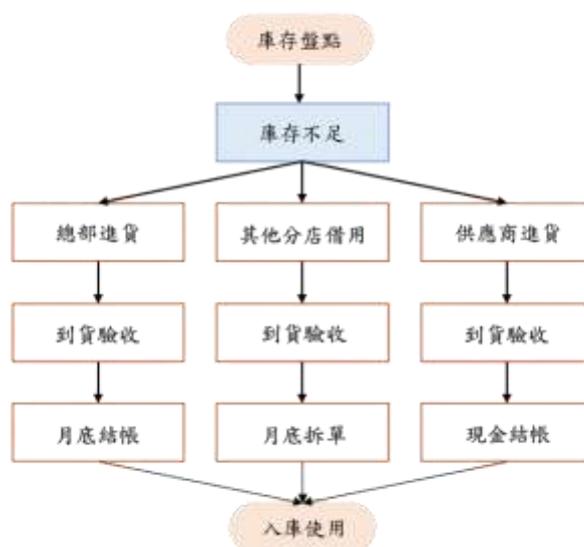


圖 4 店家原始進貨流程圖
(來源：本研究自行整理)

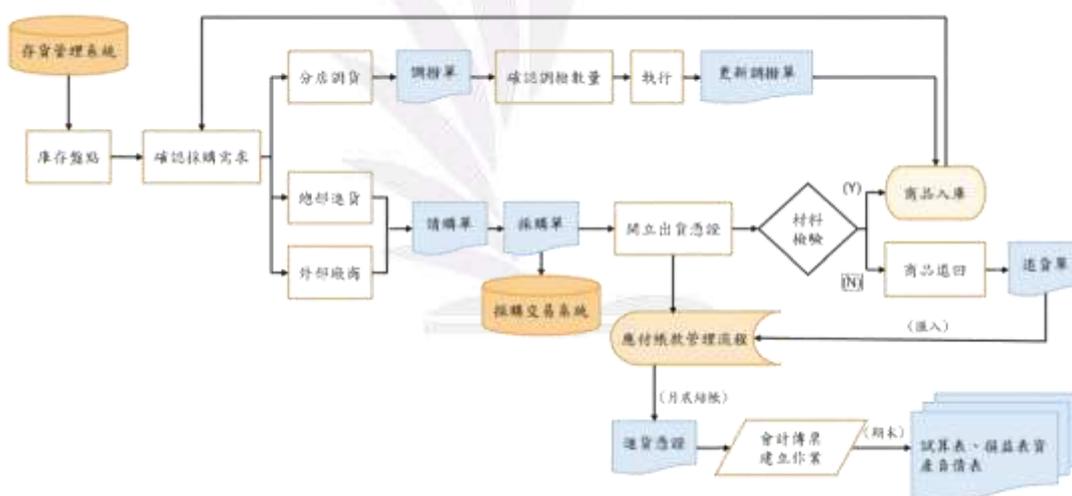


圖 5 模擬會計資訊系統之進貨流程圖
(來源：本研究自行整理)

(一) 店家原始進貨流程(圖 4)

1. 定期盤點且確認進貨項目

企業在進貨所需材料時，會先進行存貨的盤點以及檢查安全存量且在每日打烊前進行存貨的檢驗，企業會根據檢驗數據判斷在下次進貨時須下訂的數量及品項，透過檢驗數據以及日常的顧客喜好紀錄須補貨之討論，例如企業營業之熱門品項為雞腿排，因此企業會透過顧客喜好調整雞腿排之進貨頻率及數量以減少產品無法供應之可能性。

2. 與供應商訂貨及確認付款細項

企業在確認須採購的項目及品項後確認應向何處的供應商進貨以及協商價格，雙方溝通完畢即下訂所需數量並確認付款內容及送貨時間及地址。企業在生鮮蔬果和耗材則會挑選品質穩定且價格合理的供應商從中購貨，若原先供應商的蔬果品質不好或是有更具誘因的廠商選擇，則會進行溝通、商議更換供應商，其餘的品項(例如：紙杯、封口膜...等)則向總部進貨，且進貨交易方式基本皆為網路訊息訂貨，到貨後以現金支付。

3. 進貨及檢驗

企業從總部進貨後，確認將會在每週二及週六的早上十一點到十二點半進行配送，到貨會指派一名員工進行檢驗，確認品項及數量是否正確，且將進貨品放入倉庫及冰箱進行存放。

4. 檢驗後存貨不足向分店調貨

企業在配送後進行進貨品的檢驗時，若發現供應商配送之品項貨數量有誤會立即記錄及向其他分店洽詢該分店之存貨數量是否能進行調貨，確認調貨數量及時間後即紀錄並在月底結帳時將和其餘分店調貨之帳單做拆分。

(二) 加入並模擬會計資訊系統之進貨流程(圖 5)

1. 盤點存貨及確認客戶偏好

企業在進貨前會透過存貨管理模組進行實際的盤點，企業將確認存貨數量並對照銷售及存貨資訊是否符合預期。且利用系統資訊分析歷史訂單和銷售趨勢去反映客戶偏好以使企業更精確且快速地執行補貨機制及策略，確保進貨品項與數量滿足市場需求，也以此減少熱門品項缺貨之問題。

2. 確認採購需求及選擇進貨來源

企業確認須進貨之品項及數量，確認完畢後向各供應商洽談價格及運送細項並建立請購單向主管單位確認及審核，確認無誤即建立採購單向各供應商進行進貨之步驟，確認交易成立時，利用系統將資料登錄至採購交易系統，以便未來查核及驗證。若為分店調貨，則須先申請調撥審核並生成調撥單以記錄調撥品項及數量後進行調撥，當進貨品確定到貨後再實際檢驗確認是否有差異。

3. 進貨及檢驗

確認訂單後將安排物流出貨並開立出貨憑證以方便企業進行核對，當貨品送達企業，企業將派一名工作人員再次進行實體確認，若商品確認無誤企業隨即進行入庫之步驟；若進貨品出現瑕疵或品質問題則開立退貨單退回有瑕疵之進貨品，開立完成後此紀錄將會納至應收帳款交易流程以便後續財務及存貨數據準確計算。

4. 取得進貨憑證且登錄

供應商進貨時採現金結帳，而向公司總部進貨時則習慣性採月底結帳，在企業向總部進貨時，應於月底利用系統確認所有進貨之品項及金額正確無誤並向總部取得進貨之憑證，完成後便進行傳票登錄的動作，讓系統紀錄並生成財務報表供企業進行財務規劃及檢驗。

(三) 內部控制分析

從個案公司的原始進貨流程之中，本研究將分別針對流程中的各作業階段分別提出控制風險與可能的控制點設計。

在「盤點存貨及確認客戶偏好」之中，本研究認為的控制風險可能為：系統資料與實際存貨不符，導致進貨決策失準；或因系統化的顧客偏好資訊若未定期更新或分析錯誤，可能產生誤判。因此，本研究設計控制點為：(1). 系統可定期生成存貨周轉、銷售趨勢與熱門品項的報表供管理者參考，管理者須定期調閱。(2). 盤點人員和系統維護人員要分權，防止人員竄改資料。

在「確認採購需求及選擇進貨來源」之中，本研究認為的控制風險可能為：系統中請購單/採購單錯誤，或人員核准不當造成不必要的進貨或缺漏。因此，本研究設計控制點為：由採購或店務人員建立請購單後，須透過系統內的權限設定，由店長進行審核；金額超過一定門檻，再由老闆最終批准。

在「進貨及檢驗」之中，本研究認為的控制風險可能為：人員未正確操作退貨流程導致應收應付帳款錯誤。因此，本研究設計控制點為：當實體貨品到貨後，由驗收人員核對出貨憑證與系統採購單；確認項目、數量、品質無誤後再於系統點選驗收完成。

在「取得進貨憑證且登錄」之中，本研究認為的控制風險可能為：向總部進貨之月底結帳若無妥善程序，易發生漏帳或帳務混亂。因此，本研究設計控制點為：月底向總部/供應商進行對帳時，需由系統匯出本月進貨資料明細、核對實際結帳金額，若有差異立即溝通並更正。

二、應付帳款管理流程

企業僅在和公司總部進行叫貨時由於需要進貨具有商標的耗材並習慣性和總部交易時使用月底結帳，但企業缺少系統性管理應付帳款的系統，在應付帳款管理的流程中，若有系統性的整合，企業便能提高付款之效率以及降低付款預期之風險，對於企業而言建立一個會計資訊系統能夠建立企業與總公司的良好合作關係，因此本研究納入會計資訊系統進行比較，以此做為企業之參考與建議。

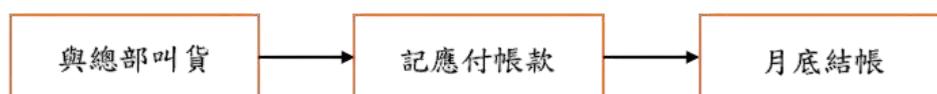


圖 6 店家原始應付管理流程圖
(來源：本研究自行整理)

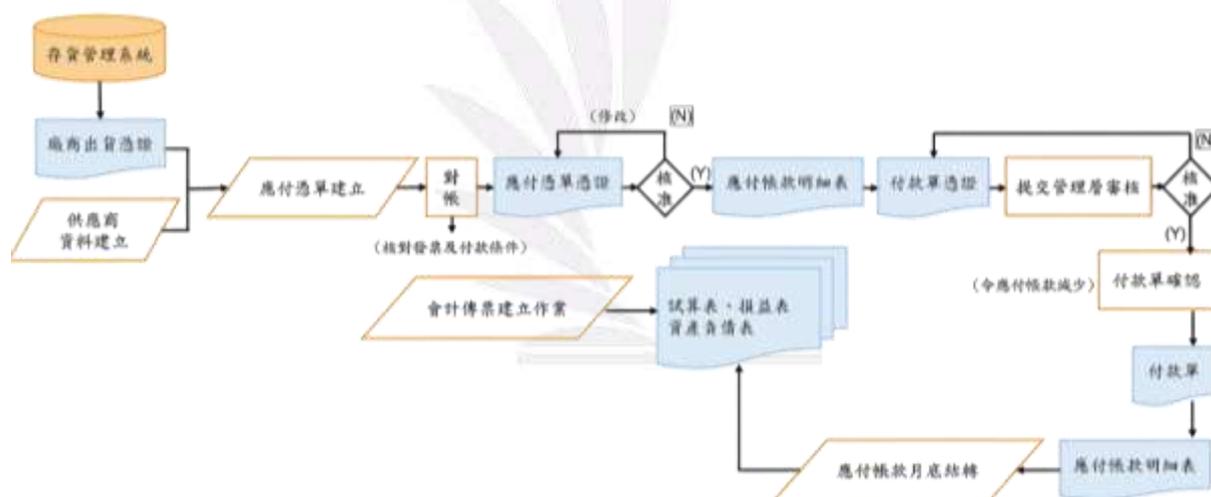


圖 7 模擬會計資訊系統之應付管理流程圖
(來源：本研究自行整理)

(一) 店家原始應付管理流程(圖 6)

1. 與總部叫貨

確認及盤點存貨並記錄不足的部分,確認所需要向總部進貨的數量立即向總部叫貨,總部審核後,等待總部通知出貨,確保訂單進度與物流安排無誤。

2. 耗材到貨與檢驗

進貨品抵達時,安排一名工作人員進行到貨驗收以核對實際到貨數量與訂單數量是否一致且確認訂購之品項是否皆正確並記錄於企業自行的盤點單方便後續核對。

3. 記錄應付帳款

總部進貨完成後,會開立發票給企業,企業需對照發票金額是否有誤,總部進貨之習慣為月底結帳,因此企業核對支付內容以及金額並記錄應付帳款至企業帳本。

4. 月底進行結算

每個月之月底,企業需統一進行所有進貨品的財務結算。清點及確認當月的進貨數據、應付帳款及支付記錄,並進行核對,確保所有資料及細項皆準確無誤。依據核對結果,對未支付的應付帳款進行審核,確認支付款項的進度。

(二) 模擬會計資訊系統之應付管理流程圖(圖 7)

1. 建立供應商基本資料

企業先建立供應商之資料庫,在後續使用應付管理系統時將資料設立完畢才能方便進行後續的交易處理,以確保應付之條件及日期能在應付帳款成立時確立正確的資料,以免在後續產生糾紛。

2. 建立應付憑單及對帳

在進貨流程中，當廠商出貨後開立廠商出貨憑證以供企業參考並核對金額及細項內容是否正確且供企業以此作為付款之依據，建立應付憑單後企業核對發票之號碼及採購金額是否正確，確認無誤後即可進入下一個審核環節。

3. 管理階層審核並支付應付款項

企業將付款單憑證提交至管理階層進行審核，審核完成後企業建立付款單且確認付款方式，付款完成後，企業之應付帳款減少並產生應付帳款明細表以供企業後續進行查驗或清點。

4. 月底結轉及登錄傳票

企業成功支付應付款項且完成所有登錄作業即可進行月底結轉以記錄應付帳款之金額變動，結轉後系統將生成傳票並在確認無誤後進行分錄拋轉，以便未來在總帳能追溯資料來源及詳情。另外，在傳票登錄後即可生成財務報表以利企業做決策及分析。

(三) 內部控制分析

從個案公司的原始進貨流程之中，本研究將分別針對流程中的各作業階段分別提出控制風險與可能的控制點設計。

在「建立供應商基本資料」之中，本研究認為的控制風險可能為：若供應商基本資料建檔不完整或錯誤，可能在後續支付時產生對帳困難、付款延誤，甚至付錯對象。因此，本研究設計控制點為：建立供應商前需填寫供應商資料表，包含公司名稱、統編、銀行帳戶等基本欄位，由專責人員檢核完整性、正確性後才可於系統中正式建檔。

在「建立應付憑單及對帳」之中，本研究認為的控制風險可能為：若將供應商出貨憑證、發票資訊登錄錯誤，可能導致後續付款不正確，

造成財務數據失真。因此，本研究設計控制點為：進貨流程完成後，系統可自動產生應付憑單，並與供應商出貨憑證或發票號碼做參照比對；若為手動登打，則必須由會計人員進行複核。

在「管理階層審核並支付應付款項」之中，本研究認為的控制風險可能為：若管理階層審核時間不足或內容不明，容易出現未經核准或不符合契約的付款。因此，本研究設計控制點為：根據付款金額或項目重要性，設定不同層級的審批流程(如：會計/採購核對→部門主管審核→店長或高階主管最終批准)，確保付款合理正確。

在「月底結轉及登錄傳票」之中，本研究認為的控制風險可能為：若在結轉或傳票登錄過程中缺少審核步驟，可能留下重大錯誤或舞弊空間。因此，本研究設計控制點為：傳票拋轉後，需由主管或店長進行審核，確認科目、金額的正確性。若有錯誤需經更正程序並保留版本紀錄。

三、銷貨流程

探吉早餐坊的餐點銷售流程有以下三種管道。第一種，顧客於店內現場點餐並選擇內用或外帶；第二種，使用線上點餐平台並選擇取餐時間到店自取；第三種，與 Uber 外送平台合作，提供顧客外送服務。

點餐流程透過 POS 機進行操作，選擇餐點內容及數量，點餐完畢後向顧客確認點餐內容有無錯誤，得到顧客確認後才進行結帳動作，並將這一單餐點明細交予內場負責製作，此舉動是店家在銷貨流程上的內部控制。

餐點製作完成後由外場的送餐員工將餐點送到顧客手中，若為外帶訂單則由包餐員工確認包裝完整後交給外帶顧客；外送平台的訂單則將餐點包裝後放置外送取餐處，等待外送人員取餐後送至顧客手中。

由於探吉早餐坊並無引進 ERP 系統，在銷售數據分析上較無法快速有效地呈現各交易流程之間的連結，並產生完整的財報分析處理。因此，本研究模擬會計資訊系統並結合店家實際的銷貨情況，繪製 ERP 模擬的銷貨流程圖。此模擬的銷貨流程從接收訂單開始，整個過程依靠 ERP 系統串聯，涵蓋訂單確認、出貨準備、產品交付與結算等環節。訂單經審核無誤後，進入出貨準備階段，確保產品品質合格，檢驗通過的產品會交付給顧客，同時更新至系統中的存貨與應收管理系統，生成發票和銷貨憑證，流程的最後，於期末生成財務報表，能夠幫助探吉早餐坊更精確地管理財務。

會計資訊系統的建立，可以對銷貨流程進行數位化管理，除提升銷貨的效率與準確性之外，也能明確顯示銷貨過程中所發生的錯誤，以利後續進行處理，將企業業務運作與財務數據管理結合，大幅提高運營的效率。

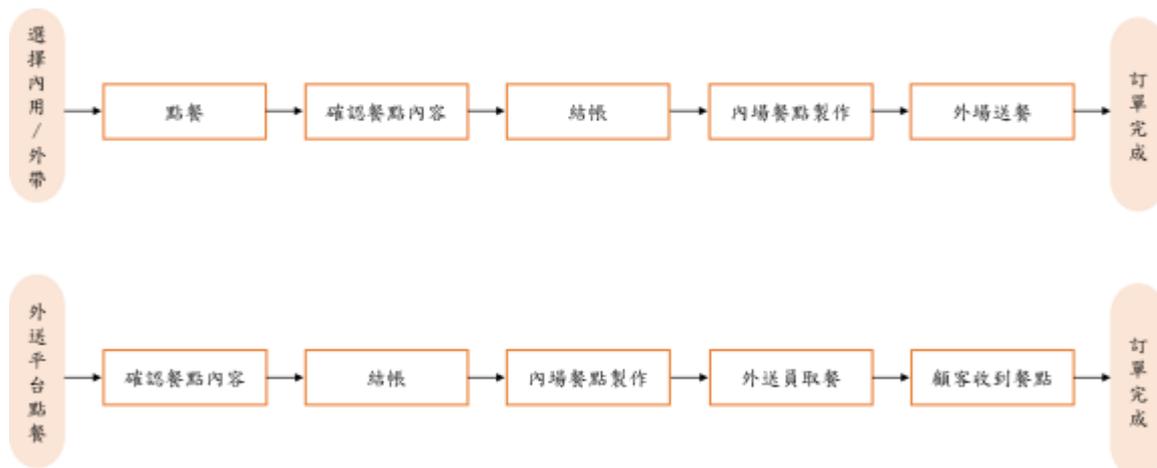


圖 8 店家原始銷貨流程圖
(來源：本研究自行整理)

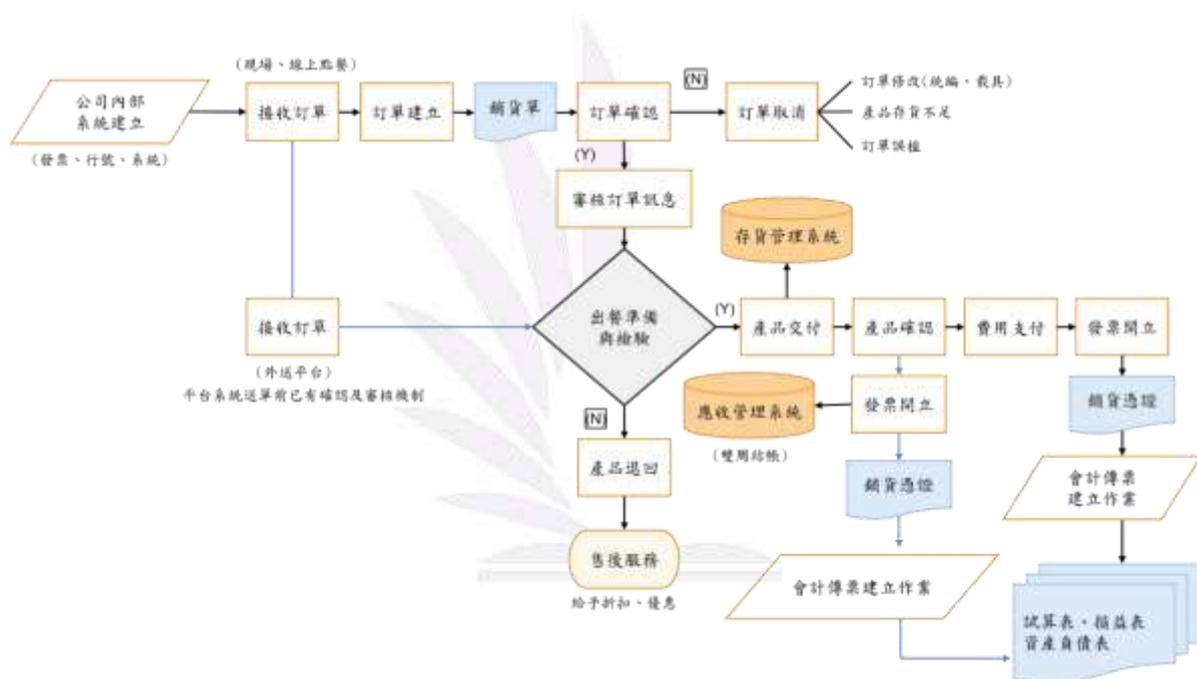


圖 9 模擬會計資訊系統之銷貨流程圖
(來源：本研究自行整理)

(一) 店家原始銷貨流程(圖 8)

1. 訂單接收與確認

店家在銷售流程上分為兩個管道來進行銷售，接收來自現場、線上點餐的訂單與外送平台的店單。

2. 員工針對餐點內容一一向顧客確認、核實，是店家在銷貨流程中的內部控制，避免因餐點製作錯誤而導致店家須自行吸收相關材料成本，以及對店家造成負面影響、降低顧客信任度的情況發生。

3. 餐點製作及包裝

根據訂單的餐點內容，由內場員工負責製作，交給外場員工做包裝。內外場員工相互監督，確保餐點的品質、數量內容無誤。

4. 外送取餐與外場送餐

餐點製作完成後由外場的送餐員工將餐點送到顧客手中；若為外送平台的訂單，則將餐點包裝完成後放置外送取餐處，等待外送人員取餐並送至顧客手中後，則此訂單完成。

(二) 加入並模擬會計資訊系統之銷貨流程(圖 9)

1. 系統建立與接收訂單

公司內部建立系統，在建立初期輸入公司行號等相關資訊。訂單的接收分為兩個部分，一是現場和線上的點餐，訂單建立後會隨即生成銷貨單；另一個是外送平台接收的訂單，店家在收到外送平台的訂單之前，平台的系統已進行確認和審核機制。

2. 訂單確認與出貨準備

現場及線上點餐的訂單在通過確認後，經由店家審核完訂單訊息，才會進入出餐準備的環節。此外，訂單可能因顧客資訊錯誤、產品存貨不足以及訂單誤植等原因導致訂單取消。

外送平台的訂單於接收後，已同步完成確認、審核步驟，因而直接進入出餐準備。

3. 產品交付與系統登記

餐點如果檢驗合格，將產品交付予顧客，並同步更新至存貨管理系統；若檢驗不合格，則將產品收回並提供合理完善的售後服務，像是給予折扣或優惠方案等等。

現場及線上的訂單，經顧客確認餐點無誤後，支付相應對價，店家開立發票，系統進而產生銷貨憑證，進入後續會計作業。

外送平台的訂單，於產品交付、顧客確認後，店家開立發票，進入應收管理系統，後續由平台以雙周一次的頻率執行結帳動作。發票開立後亦產生銷貨憑證，進入後續會計作業。

4. 會計傳票建立與財務報表產生

銷貨憑證產生後，進入會計傳票建立作業，於期末統整時，生成試算表、損益表和資產負債表等財務報表，為店家在財務分析上提供完整的數據資料。

(三) 內部控制分析

從個案公司的原始進貨流程之中，本研究將分別針對流程中的各作業階段分別提出控制風險與可能的控制點設計。

在「系統建立與接收訂單」之中，本研究認為的控制風險可能為：現場、線上與外送平台訂單皆需同時處理，若流程及系統權限控管不良，容易發生重複接單、漏單或資訊混亂。因此，本研究設計控制點為：系統應建立統一訂單管理模組，自動匯入現場、線上、外送平台訂單，並設定唯一訂單編號，避免訂單重複或遺漏。

在「訂單確認與出貨準備」之中，本研究認為的控制風險可能為：

顧客資訊錯誤或產品存貨不足時，未及時攔截訂單，可能導致誤植訂單或取消流程處理不當。因此，本研究設計控制點為：接單後，由系統或指定人員再次確認顧客資訊、產品項目、數量與備註，確定無誤才進行出貨準備。

在「產品交付與系統登記」之中，本研究認為的控制風險可能為：若在出餐檢驗不合格或顧客現場發現問題，卻仍錯誤交付，造成顧客抱怨或索賠。因此，本研究設計控制點為：每份餐點交出前應有簡易檢驗(品項、溫度、包裝)；若不合格應立即退回、重新製作並於系統中登記重製或退貨記錄。

在「會計傳票建立與財務報表產生」之中，本研究認為的控制風險可能為：若訂單量大時，未定期歸戶、比對銷貨憑證與實際收款，可能造成財報錯誤。因此，本研究設計控制點為：系統可依銷貨憑證自動生成會計傳票，並由會計人員複核後再拋轉總帳，以減少人工錯誤機率。

四、應收帳款管理流程

企業大多使用現金交易，應收帳款僅有外送平台的訂單使用，並與外送平台約定雙週結帳，企業並無系統性管理應收帳款的系統，若在應收帳款管理的流程中，能導入系統化的管理，企業將能提高收款之效率以及降低後續流程所需的時間及成本，對於企業而言使用會計資訊系統和外送平台能有更快速及良好的合作關係，因此本研究就已知資訊模擬企業使用會計資訊系統後可能的流程圖並進行比較，以此做為企業之參考與建議。

應收流程從建立公司與客戶基本資料開始，利用自動化系統管理銷貨單、結帳單和收款記錄。根據交易性質，可選擇直接結帳或自動結帳模式。結帳單建立後需通過主管核准，確保應款項準確無誤。確認收款後，系統會自動生成收款單憑證和明細，以利後續財務報表的製作。

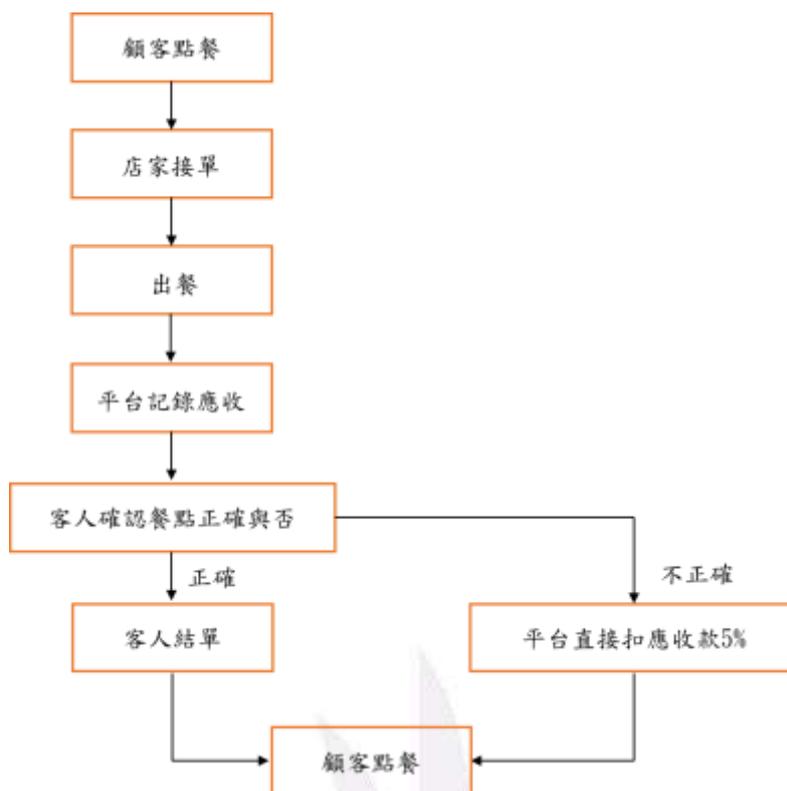


圖 10 店家原始應收管理流程圖
(來源：本研究自行整理)

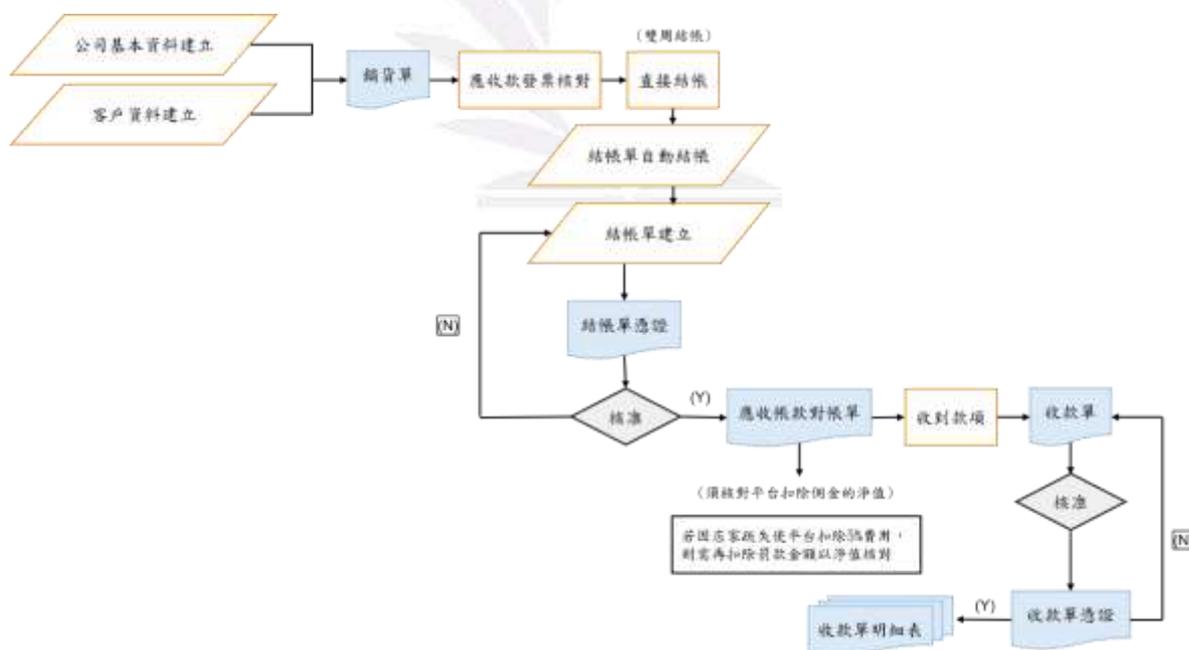


圖 11 模擬會計資訊系統之應收管理流程圖
(來源：本研究自行整理)

(一) 店家原始應收管理流程(圖 10)

1. 訂單之接取及出餐

經由平台接到訂單，外場人員將訂單匯入 POS 機，內場人員製作餐點並確認無誤後送至外場，外場再次確認並打包出餐，為避免糾紛，打包過程將錄影留存。

2. 外送取餐與外場送餐

餐點製作完成後由外場的送餐員工將餐點送到顧客手中；若為外送平台的訂單，則將餐點包裝完成後放置外送取餐處，等待外送人員取餐並送至顧客手中後，則此訂單完成。

3. 客人評價

客人收到餐點後確認餐點是否有誤，若有誤平台直接扣除訂單 5%金額，扣除時不會通知企業，若無誤平台確定訂單金額匯入企業應收帳款，並於約定結帳時間轉帳結單。

4. 雙週結帳

每兩週平台將累計訂單金額轉帳匯入企業帳戶，企業須確認平台轉入之金額與紀錄之應收帳款相同，如有被扣除之金額，則確認該訂單之出餐錄影，若非企業之問題則向平台提出申訴並給予證據，申訴成功平台將扣除金額匯入下期應收帳款。

(二) 加入並模擬會計資訊系統之應收管理流程(圖 11)

1. 公司與客戶基本資料建立

公司基本資料建立：在應收管理開始前，需在系統中建立公司基本資料，作為後續對應各項業務的基礎。

客戶資料建立：需要準確輸入客戶相關信息，如名稱、聯繫方式與信用資料等，以便於歸納客戶交易。

2. 應收發票核對

前述銷貨系統流入應收管理系統的，僅為外送平台，系統將核對銷貨單與發票資料，確認應收金額的準確性，而後直接進入結帳流程。

3. 結帳流程

對於需週期性處理的應收帳款，系統會自動建立結帳單並進行後續處理，系統自動生成結帳單，審核無誤後，生成應收帳款對帳單，若審核不通過，則退回修改相關資料。

4. 收款處理

收到款項後，生成收款單，通過審核確認後產生憑證，作為財務核算與報表的依據。

(三) 內部控制分析

從個案公司的原始進貨流程之中，本研究將分別針對流程中的各作業階段分別提出控制風險與可能的控制點設計。

在「公司與客戶基本資料建立」之中，本研究認為的控制風險可能為：若系統中的店家資訊有誤，後續會造成發票、對帳單等文件出現錯誤資訊。因此，本研究設計控制點為：由負責人或會計人員核對公司行號、稅籍、銀行帳號等資料，並定期檢閱更新記錄；確保所有資料在系統中皆正確且完整。

在「應收發票核對」之中，本研究認為的控制風險可能為：若外送平台銷貨單與店家系統對接不當，容易導致金額出現誤差，進而影響後續對帳與結帳作業。因此，本研究設計控制點為：由系統自動比對「銷貨單」(包含品項、金額、數量)與「發票資料」(發票號碼、金額)，並由會計或指定人員進行複查。

在「結帳流程」之中，本研究認為的控制風險可能為：系統若未能抓取正確期間或正確之應收項目，將導致錯誤的對帳結果或結帳報表。

因此，本研究設計控制點為：由系統自動生成結帳單，包括客戶或平台名稱、交易期間、應收總額、折讓或退貨紀錄等；結帳單生成後需指定會計人員或店長審核。

在「收款處理」之中，本研究認為的控制風險可能為：若未設定明確之回款時程與對應之帳戶/客戶資訊，可能產生延遲收款或不完整收款的情況。因此，本研究設計控制點為：收到款項後，系統自動生成收款單(含實際收款日期、金額、付款方式等)；由不同人員(會計或管理者)複核，並更新應收帳款餘額。

五、存貨流程

在存貨這方面，探吉早餐坊有自己一套方法、措施來預防存貨的耗損或過期的風險。從總部和供應商進貨的商品，在經過品質及數量確認後，會移至倉庫或冰箱進行存放保存，並隨時注意存貨數量以便即時做出調整。探吉早餐坊在每日下班前會進行存貨盤點，當存貨不足時，會直接向總部調貨或緊急向其他分店借用，好讓隔天能夠有足夠的存貨商品支應銷售。

探吉早餐坊在存貨流程管理上，步驟較為簡易，此外，在存貨盤點上主要以人工的方式進行盤點，容易導致花費較多時間、人力成本的問題發生，且盤點資料也可能出現錯誤。系統化的處理能夠提升店家在存貨盤點上的效率，還能提供較詳細準確的數據資料作盤點分析。因此，本研究模擬會計資訊系統，繪製 ERP 模擬的存貨流程圖，提供給店家作為參考。此模擬的存貨流程將進貨管理系統中的進貨數據資料以及銷貨管理流程中的銷貨資料匯入到存貨管理系統中進行整合。針對存貨定期進行盤點，產生盤點資料並於線上系統核准後，現場再實際盤點一遍，後續建立盤點資料並進行資料分析。

會計資訊系統的建立，能夠有效地整合進貨、銷貨與存貨之間的數據資料，若存貨數量不足則會即時於系統中顯示，提醒店家有採購、進貨的需求。系統中的資料也可以生成相關存貨成本的分析，利於店家於向供應商進貨時，調整商品購貨來源、數量等等處理。

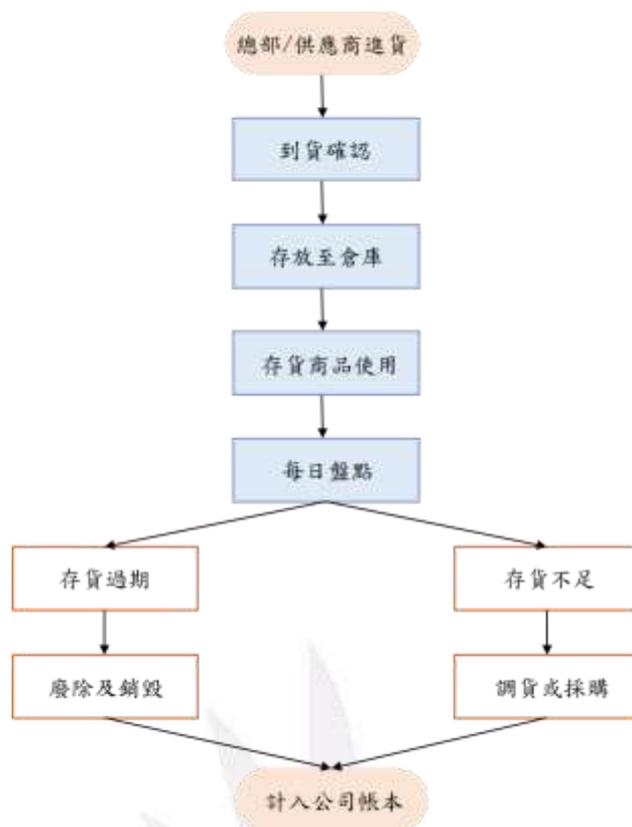


圖 12 店家原始存貨流程圖
(來源：本研究自行整理)

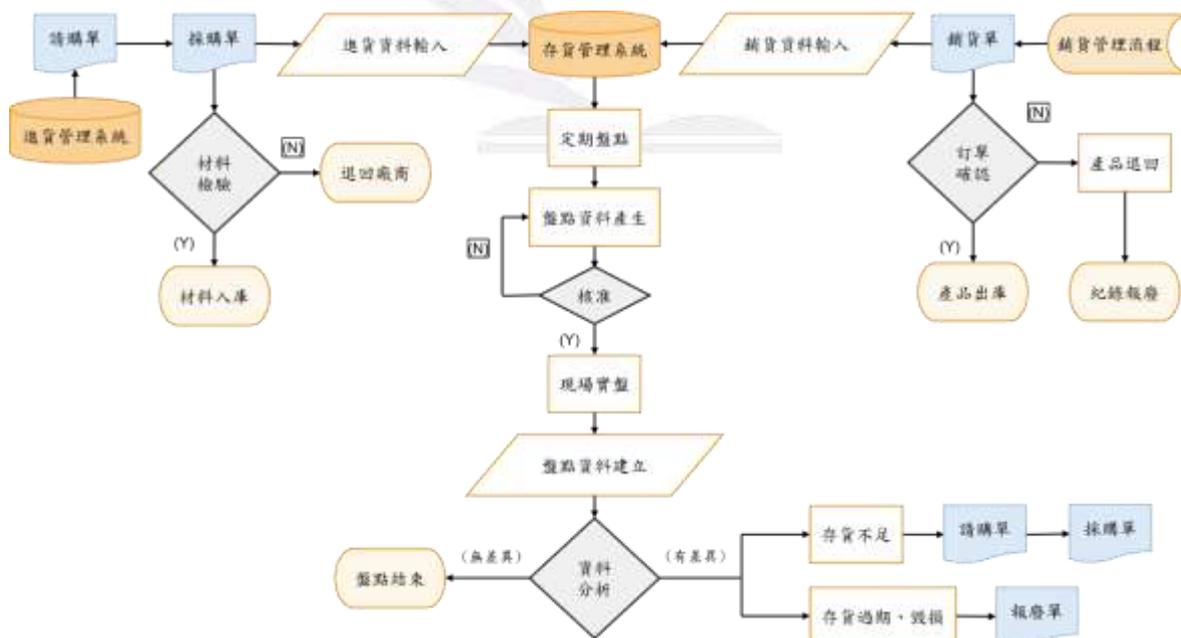


圖 13 模擬會計資訊系統之存貨流程圖
(來源：本研究自行整理)

(一) 店家原始銷貨流程(圖 12)

1. 總部與供應商進貨

從總部與外部供應商進貨之商品、材料將計入存貨作使用，針對較容易消耗的食材、貨品，例如：牛奶、雞蛋等等，探吉早餐坊會列印貼紙註記，定期向供應商進貨。

在選擇供應商這方面，店家出於對食材成本的考量，會優先選擇高品質且較低價的廠商來進貨，降低原物料成本對獲利的影響。

2. 到貨商品檢驗與入庫儲存、使用

進貨商品到貨後，店家會指派店內員工進行材料檢驗，若品質、數量確認無誤，會移至倉庫或冰箱存放，根據商品的有效期限，會優先使用較早到期的商品。

3. 定期盤點

探吉早餐坊在每日下班前進行存貨盤點，當存貨不足時，會直接向總部調貨或緊急向其他分店借用，使隔天能夠有足夠的存貨商品來進行銷售；若存貨出現過期或毀損的狀況，則做報廢、毀損之相關處理。

(二) 加入並模擬會計資訊系統之存貨流程(圖 13)

1. 進銷貨資料輸入存貨管理系統中

進貨、銷貨及存貨之間在交易流程中環環相扣，具高度關聯性。於進貨管理系統中，建立請購單、採購單後將生成進貨資料；銷售管理流程中，藉由銷貨單生成銷貨資料。進貨與銷貨的相關數據資料皆會分別輸入至存貨管理系統中。

2. 定期盤點與資料建立

店家針對存貨定期進行盤點，流程一開始會產生盤點資料，線上系統核准後，現場再實際盤點一遍，根據實際盤點情況，建立盤點資料以利後續進行資料分析。

3. 盤點資料分析

盤點資料建立完成後，進行資料分析，若資料無差異，則盤點結束。反之，若資料有差異，則針對不同情況分別做處理，像是存貨不足的情況發生，後續填寫請購單、採購單，進入採購的流程。若存貨有過期或毀損的情況，則建立報廢單並按照相關流程處理。

(三) 內部控制分析

從個案公司的原始進貨流程之中，本研究將分別針對流程中的各作業階段分別提出控制風險與可能的控制點設計。

在「進銷貨資料輸入存貨管理系統」之中，本研究認為的控制風險可能為：可能導致存貨紀錄失真，增加短缺或存貨過高的風險。因此，本研究設計控制點為：進貨管理流程(請購單、採購單、進貨單)與銷貨管理流程(銷貨單)應與存貨管理系統自動連結；一旦完成進貨或銷貨，系統即時更新存貨數據。

在「定期盤點與資料建立」之中，本研究認為的控制風險可能為：若店家疏忽定期(或隨機)盤點，易造成存貨紀錄長期與實體不符。因此，本研究設計控制點為：制定例行盤點規則(例如，每週一次或每月一次)；在營運淡季或結帳前亦可隨機抽盤，提升盤點落實度。

在「盤點資料分析」之中，本研究認為的控制風險可能為：若發現存貨不足、報廢品項，卻未依規定執行請購或報廢流程，會造成實際資產價值的流失或財務數據失真。因此，本研究設計控制點為：針對存貨不足，系統應自動提醒或產出請購清單，讓店家進入採購流程(請購單、採購單)；若僅為短期不足亦可啟動分店調貨流程(若有多分店)。

參、成本獲利分析

在受訪時，店家表示部分數據屬機密，無法完全公開，但可提供大致比例作為參考。因此，本研究將根據所獲得的比例進行成本分析，並針對「旺季與淡季的純益對比」、「加入外送平台前後的收益對比」以及「收益與成本佔比」三大面向進行深入探討。

探吉早餐坊的定價屬中等偏高，主要客群為家庭與上班族。即使在寒暑假期間，店內依然維持一定的客流量，但仍可明顯區分旺季與淡季。旺季時，純益最高可達30%；淡季時，在老闆只領底薪的情況下，純益僅剩個位數。由於淡季通常落在農曆新年期間，整體年平均利潤主要由旺季來支撐。關於旺季與淡季的純益比較，詳見表 2。

表 2 旺季淡季純益比較

| | 旺季 | 淡季 |
|----|-----|------|
| 純益 | 30% | <10% |

(來源：本研究自行整理)

此外，總部與 UBER 談定總包方案，須支付 30% 的手續費但可免平台費。從外送服務面來看，雖然訂單量上升，實際獲利卻未同步增加，因為最高純益頂多約 30%，等同於被手續費全數抵銷；更何況淡季時純益幾乎趨近於零。不過在疫情期間，店家近 80% 的營業額倚賴外送支撐，直到疫情趨緩後才逐步恢復。在實務操作上，扣除 UBER 抽成後的金額才會列入店家的總報表，導致表面營業額雖有所提升，整體利潤卻比加入平台前更低。至於價格方面，初期為了提升在平台上的曝光度，店家曾上調約 10% 的價格，中期再上調約 30%；如今，價格由總部統一控管。加入 UBER 前後的收益差異，請參見表 3。

表 3 加入 UBER 前後收益對比

| | 加入外送前 | 加入外送後 |
|------|-------|-------|
| 手續費 | 0% | 30% |
| 總單量 | 低 | 高 |
| 總營業額 | 低 | 高 |
| 總利潤 | 高 | 低 |

(來源：本研究自行整理)

關於收益與成本的佔比，因應旺季與淡季的差異，本研究主要以平均比例為基準進行探討。若將營收視為 100%，則食材、耗材與水電等成本約佔 45%至 48%，其餘部分為店租與人力成本。其中，店租對盈虧影響甚大。老闆在受訪時提到，開店前已特別挑選適合的地點與合理的租金，要求周邊具備社區與商辦大樓，且無分隔島阻礙，方便主要客群前來購買。此外，該店租金相較業界同類型店面更為低廉，約佔整體成本的 12%。至於人力成本則較具彈性，一般約在 20%至 25%之間，計算方式是先以底薪作為所有人員（含老闆）的基準，依照職位與工作內容額外加給，剩餘部分則依當日業績進行分配。

收益及成本佔比如圖 14 所示：

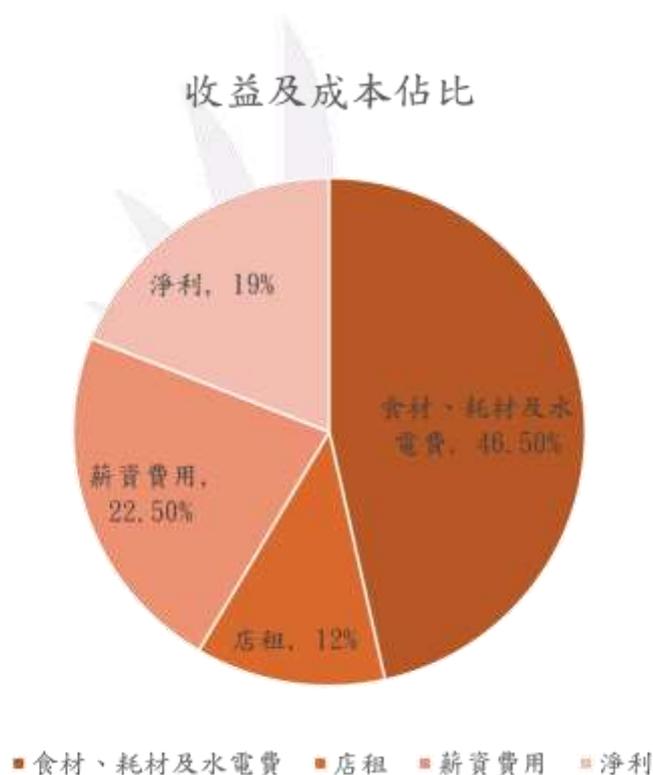


圖 14 收益及成本佔比
(來源：本研究自行整理)

肆、行銷策略分析

一、SWOT 分析

表 4 SWOT 分析

| Strengths 優勢 | Opportunities 機會 |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 品牌效應與藍海市場定位：加盟品牌初期市場仍屬藍海，成功吸引早午餐顧客群。 2. 內部氛圍與經營理念：以家人般的經營理念，塑造員工和諧的工作環境，提升員工忠誠度。 3. 彈性經營與調整：內外場角色靈活，能快速適應業務需求，如忙碌時支持其他崗位。 4. 供應鏈靈活性：進貨流程明確，能與總公司或分店借貨，並根據市場選擇具價格優勢的供應商。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 市場需求增長：早午餐市場持續擴大，顧客對品質與服務要求提高，品牌效應提升潛力。 2. 數位化提升：引進 ERP 系統或自動化管理工具，強化進銷存效率與內部控制。 3. 多元化支付方式：疫情後數位支付習慣增長，可增加支付工具吸引更多顧客。 4. 品牌擴張：加盟品牌分店數量迅速增加，有助提升品牌知名度。 |
| Weaknesses 劣勢 | Threats 威脅 |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 內部規則模糊：家人式經營導致部分員工濫用彈性，如員工餐管理及休假制度。 2. 數據系統局限性：缺乏完整的 ERP 系統，僅使用 POS 與 Excel 進行數據追蹤與分析。 3. 存貨管理挑戰：存放空間不足導致部分物品需存放在個人住家，增加管理複雜性。 4. 員工舞弊風險：員工餐或交易款項若管理不當，易造成財務損失。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 市場競爭：隨市場發展，競爭品牌增加，削弱顧客忠誠度。 2. 供應鏈風險：依賴總公司及外部供應商，若出現供應問題會直接影響營運。 3. 人力資源挑戰：疫情或經濟環境變化可能影響員工流動性，增加招聘壓力。 4. 經營模式的限制：加盟品牌模式限制店家自主性，無法完全自由調整產品或策略。 |

(來源：本研究自行整理)

探吉早餐坊未得品牌效應以加盟店形式快速切入市場，並以家庭式經營理念建立良好的內部氛圍，頗有幸福企業的樣貌。然而，內部規則模糊與數據管理不足等問題可能影響營運效率與風險管理。在數位化管理趨勢與市場需求增長的背景下，若能引入 ERP 等系統與調整內部控制機制，可以進一步優化經營模式，同時應對市場競爭與供應鏈風險，實現品牌的穩定擴展和可持續發展。

二、PEST 分析

表 5 PEST 分析

| Political 政治因素 | Economic 經濟因素 |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 食品安全規範：政府對於食品安全、衛生與標準的監管可能對進貨、儲存與製作流程提出嚴格要求。 2. 勞工法規：工時規範與薪資政策可能影響成本與經營彈性，特別是彈性調班機制需符合相關法規。 3. 疫情政策：疫情期間的營業限制與防疫規範，對顧客流量和營業模式造成直接影響。 4. 加盟法規：加盟模式需依照當地法規訂定條款，限制店家的自主權與策略靈活性。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 消費力波動：疫情後的經濟復甦或下行壓力影響顧客消費力，特別是對非必要性餐飲的需求。 2. 原材料價格：供應商報價波動直接影響食品與耗材成本，如油價上漲對配送和進貨影響顯著。 3. 市場競爭：隨著早午餐市場的普及化，競爭對手增多，可能迫使加盟店提供更多折扣或優惠。 4. 支付方式多樣化：數位支付（如 Line Pay、信用卡、Uber 訂單）的普及提高交易便捷性，但也增加手續費成本。 |
| Social 社會因素 | Technological 科技因素 |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 消費習慣變遷：年輕族群更傾向使用數位平台訂餐，提供無接觸服務（如外送）成為關鍵競爭力。 2. 健康飲食趨勢：消費者對健康與營養的重視增加，早餐菜單需考慮添加健康選項以吸引更多顧客。 3. 家庭式經營文化：家人般經營模式符合台灣中小企業文化，但也需平衡專業性與彈性管理。 4. 疫情後行為改變：疫情期間線上訂餐與外送需求大增，可能永久改變顧客購餐模式。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 數位化管理工具：POS 系統與自建程式提升銷售數據分析能力，但需考慮引進 ERP 系統進一步自動化流程。 2. 外送平台依賴：外送平台的普及，成為營收來源之一，但需面對抽成比例與服務競爭問題。 3. 社交媒體與行銷：利用社交媒體與線上廣告進行品牌推廣，可有效吸引年輕族群與附近社區。 4. 新設備與自動化：引進先進廚房設備能提高製作效率，降低人力依賴，尤其是人力成本上升時。 |

(來源：本研究自行整理)

探吉早餐坊加盟店面臨來自政策監管、經濟波動、顧客習慣改變與技術需求的多重挑戰與機遇。透過優化進貨與管理流程，並引入先進數位工具，可提升營運效率與競爭力。同時，適應健康飲食趨勢和數位支付模式，搭配靈活應對政策與市場需求，有助於降低外部風險並抓住市場增長機會，實現穩健發展。

三、4P 分析

表 6 4P 分析

| | |
|-----------------------|--|
| <p>Product 產品</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 產品多樣性： <ol style="list-style-type: none"> (1) 主打熟食與早午餐，涵蓋早餐與早午餐市場，吸引多元消費群體。 (2) 提供差異化產品（如蔥花棒）作為招牌，增加市場辨識度。 2. 健康選項： <ol style="list-style-type: none"> (1) 隨著健康飲食趨勢，可增加營養均衡、高纖低脂的菜單選項，吸引注重健康的顧客。 3. 產品品質： <ol style="list-style-type: none"> (1) 嚴格管控進貨與製作過程，確保產品新鮮與穩定品質。 (2) 透過員工的品控流程（如內外場互檢），確保顧客滿意度。 4. 品牌效應： <ol style="list-style-type: none"> (1) 利用加盟品牌的知名度與信任感吸引客群，提供穩定的顧客體驗。 |
| <p>Price 價格</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 合理定價策略： <ol style="list-style-type: none"> (1) 定價以中高價位為主，符合當地市場需求，提供高性價比的用餐選擇。 (2) 保持競爭優勢，避免因過高或過低價格失去目標顧客。 2. 促銷與優惠： <ol style="list-style-type: none"> (1) 利用外送平台（如 Uber）提供限時優惠或即期折扣，吸引更多線上訂單，同時減少損失。 (2) 設計會員或回饋制度，提升顧客忠誠度。 3. 成本管理： <ol style="list-style-type: none"> (1) 善用總公司及外部供應商的價格優勢，降低原物料成本，避免因價格戰削弱獲利能力。 |
| <p>Place 通路</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. 線上與實體結合： <ol style="list-style-type: none"> (1) 線上平台（如 Uber、Line Pay）與現場交易並行，提供多元購買方式。 (2) 線上訂單系統可記錄顧客偏好，進一步優化服務。 2. 地點選擇： <ol style="list-style-type: none"> (1) 店面設置於方便步行的區域，避開主要隔離島及交通不便地點，提升顧客到店便利性。 |

| | |
|-------------------------|---|
| | <p>(2) 為解決存放空間不足，可結合住家空間作為補充倉儲。</p> <p>3. 營運範圍擴展： (1) 加盟品牌已由原本幾家迅速拓展至數十家分店，為進一步擴大市場份額提供基礎。</p> <p>4. 外送與自取服務： (1) 外送服務滿足顧客便利性需求，店內自取則提升用餐效率。</p> |
| <p>Promotion 推廣</p> | <p>1. 行銷策略： (1) 利用社群媒體與地方社區進行宣傳，增加品牌曝光率。 (2) 針對目標顧客(如上班族或家庭)進行精準行銷活動。</p> <p>2. 顧客互動： (1) 建立顧客回饋管道，瞭解需求與意見以進行產品或服務改進。 (2) 鼓勵老顧客推薦新顧客，透過優惠吸引更多人群。</p> <p>3. 提升品牌效應： (1) 利用加盟品牌的快速成長(從兩家到數十家)，加強品牌的認可度與信任感。</p> <p>4. 促銷活動： (1) 結合即期商品的優惠促銷活動，既可減少損耗，又能吸引價格敏感型顧客。</p> |

(來源：本研究自行整理)

探吉早餐坊加盟店以多樣化產品、合理價格策略和便利的購餐通路打入市場，並藉助數位化與社群媒體進行行銷推廣。透過健康選項與品牌效應的結合，滿足顧客需求並增強市場競爭力。同時，靈活利用線上與實體渠道，提高顧客黏性，為店鋪帶來可持續的發展動力。

伍、建議與優化

針對探吉早餐坊的經營模式，七點關於風險管理與經營優化的建議：

一、引入 ERP 系統實現數位化管理

建議導入 ERP 系統，整合銷售、進貨、存貨與人力資源管理，以提升數據準確性與經營效率。可減少目前 POS 系統與 Excel 操作的繁瑣性，降低人為錯誤的風險。

二、完善內部規章與員工管理機制

強化員工管理，清晰規範員工權利與義務，如明確界定員工餐的使用範圍及休假政策，避免因過度彈性而影響營運。可實行績效評估，獎勵表現優異者，提升團隊士氣。

三、拓展健康與創新菜單選項

順應市場健康飲食趨勢，增加高蛋白、低脂、低糖的產品選擇，例如全麥吐司、無糖飲品，吸引注重健康的消費群體。同時，可定期推出期間限定餐點，提升顧客新鮮感。

四、強化品牌行銷與社群媒體運營

善用社群媒體（如 Facebook、Instagram）與線上評價平台進行行銷，分享特色產品與顧客故事，拉近與目標顧客的距離。可設計優惠活動，如「打卡即享折扣」或「推薦好友贈禮」。

五、優化外送與線上訂購體驗

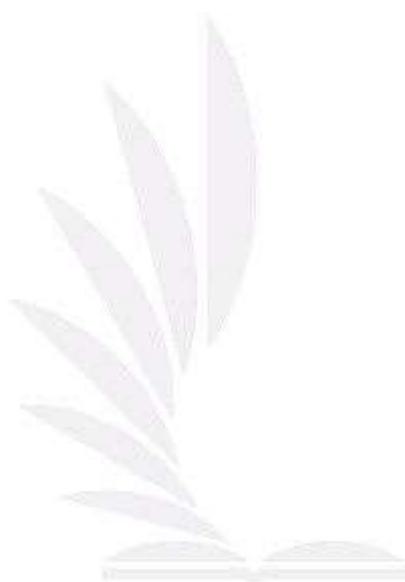
提高線上訂購平台的使用便利性，例如增加自有訂購系統，降低對第三方平台的依賴並減少抽成費用。同時，提升配送速度與餐點品質穩定性，強化顧客滿意度。

六、進一步提升存貨管理效率

引入先進存貨管理工具，配合條碼系統追蹤物品流動，避免損耗與過期。同時，規劃更合理的存放空間，減少私人空間存放帶來的混亂與風險。

七、 定期進行顧客需求與市場分析

利用 POS 數據和顧客反饋，定期分析產品銷售趨勢與顧客需求，快速調整產品與服務策略。例如，根據熱門時段安排員工班次或調整產品供應量，提升營運效率與顧客滿意度。



伍、結論

探吉早餐坊的經營研究充分展現其作為小型加盟餐飲業態的典型特徵，並透過分析交易流程、內部控制與行銷策略，為經營管理提供深刻的見解。首先，本研究在經營理念上強調家庭式的管理模式，不僅營造和諧的內部氛圍，還增強員工的歸屬感與責任感。然而，這種管理模式也暴露出部分內部控制問題，例如員工福利濫用及人事排班的靈活性過高，可能對營運效率構成挑戰。

在交易流程上，探吉早餐坊採用靈活的進貨與銷貨機制，確保供應鏈的穩定性與營運的高效性。特別是結合外送平台的銷售模式，在疫情期間有效支撐營業額，但也因高額抽成削弱利潤空間。從成本與獲利分析來看，本研究的淡旺季差異明顯，旺季利潤可達 30%，而淡季則僅維持在個位數，顯示經營結構易受季節性波動影響，需優化策略以提高淡季效益。

行銷策略方面，本研究利用 SWOT、PEST 及 4P 分析框架，清晰幫助店家定位其品牌優勢與市場挑戰。例如，加盟品牌的快速拓展提升品牌影響力，但也因為依賴總部與外送平台，限制店家的自主性與利潤空間。此外，健康飲食趨勢與數位化支付的普及，為本研究提供新的增長機會。若能導入 ERP 系統進一步實現數據管理自動化，並在菜單設計上注重健康與創新，將更能滿足現代消費者需求。

綜上所述，探吉早餐坊的經營模式展現小型加盟品牌的成長潛力，但內部控制與市場策略仍有改進空間。通過完善管理機制、引入數位化工具、拓展健康選項以及優化外送服務，本研究可望在未來的競爭中穩步發展，實現可持續的經營目標。

陸、參考文獻

柯瓊鳳 陳專塗(2015)。《會計資訊系統》。臺灣：新陸書局。

柯瓊鳳 陳專塗(2003)。《會計資訊系統：鼎新超級特助 LITE 系統實例演練》。
臺灣：新陸書局。

ERP GP 應用人才培訓系列(GP 4.X 版)財務模組篇：鼎新電腦股份有限公司

