

逢甲大學學生報告 ePaper

咖哩魚夫之財務及管理分析

The Financial and Management Analysis of Arowana Curry

作者：陳旻郁、蔡馨瑩、林芳均、黃郁雯、蔡孟璇、林宜旻、詹桂芳

系級：會計四甲

學號：D0372124、D0373112、D0578023、D0373199、D0373257、D0307377、

D0373261

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：106 學年度 第一學期

中文摘要

透過會計及資訊系統協助咖哩魚夫解決財務問題或其他管理問題，並研究分析其面臨之狀況，進而提出建議及改善方法，並促進其營業績效。

首先，逐一了解咖哩魚夫產業內容，不論是成本面、費用面、亦或是收入面，並透過財務分析，給予老闆娘建議並增加行銷手法。在訪問過程中，得知老闆娘在創業過程中最想要知道顧客消費的滿意程度及建議，因此做了顧客消費問卷調查及分析，給予回饋。甚至在金錢方面，也善加運用 EXCEL 記帳，透過電腦化管理讓財務資訊及內容更加清晰明瞭。

經過一連串的調查、分析並且實施，讓咖哩魚夫的能見度更加寬廣，吸引更多客源，使其收入更加穩定，也逐步縮減淡旺季營業額的差異。期待未來能夠看見咖哩魚夫發揚光大，讓更多人感受到溫暖的咖哩。

關鍵字：咖哩魚夫、會計及資訊系統、財務資訊



Abstract

We used Accounting Information System to help Arowana Curry solve financial problems and management issues. Not only this, to improve efficiency, we also analyzed the situation that Arowana Curry faced, and then gave some advice. We tried to figure out good ways to work effectiveness better.

First of all, we tried to understand how Arowana Curry works step by step in various aspects, such as cost and income. By doing financial analysis, we can give proprietress good advice to increase marketing. From our interview, we noticed what proprietress wanted to know the most were customer satisfaction and advice. Because of this reason, she made questionnaire survey and did some analysis to gain customers' feedback. As for finance, proprietress tracked her expenses by using Excel. Online tracking made all the financial information more clear.

Through lots of surveying, analyzing, and implementing, there are more and more people knew Arowana Curry. As more and more customers knew this industry, the income of Arowana Curry is more stable than before. Income gap between low season and high season was narrowed down as well. We hope that more customers can notice Arowana Curry in the future. Come and enjoy this awesome food!

Keyword : Arowana Curry, Accounting Information System (AIS), Financial and Management Analysis

目次

壹、	序論	4
一、	研究動機與目的	4
二、	所欲研究之問題	4
貳、	店家資訊	5
一、	店家簡介	5
二、	經營理念	6
三、	經營項目及行銷手法	6
四、	組織圖及職能分工	8
五、	財務資訊	9
參、	發現問題及解決方法	12
肆、	分析及建議	14
一、	以管理學角度分析及建議	14
二、	顧客消費問卷分析及建議	19
三、	建議總結	28
伍、	未來規劃	29
陸、	結論及心得	30
	參考文獻	31

壹、序論

一、研究動機與目的

妳是否曾對某個滋味難以忘懷？想好好了解美味料理背後的故事，把這份感動分享給更多人？位於餐飲業一級戰區——逢甲商圈的咖哩魚夫讓我們興起了這個念頭。

隱身在巷弄間，除了街角豎立著一面旗幟，往來的遊客很難發現巷子裡有間 CP 值超高的咖哩店。這是身為常客的我們深深感到可惜的地方，也是選擇咖哩魚夫作為研究店家的主要因素。

運用有限的人力、時間、資源，創造出最大的價值是最理想的狀態，同時也是我們期待在咖哩魚夫身上看到的改變；基於上述理由，我們多次走訪店家並深入探討可能存在的問題，從會計人的角度思考，運用管理學、行銷學將潛在風險加以彙總和分析，最後嘗試以會計及資訊系統解決，創造出雙贏的局面。

二、所欲研究之問題

- 寒暑假淡季之因應策略
- 如何將行銷效益極大化
- 針對顧客群該如何調整菜單

貳、店家資訊

一、店家簡介

● 「咖哩魚夫店名由來」

- 咖哩：女主人最簡單平實的愛
- 魚：男主人對生活的認真堅持
- 夫：夫妻共創的用心料理
- AROWANA：鎮店之寶小可愛的學名（紅龍）

● 「媽媽的味道」

一間隱身在巷弄裡的店。厭倦了終日奔波的生活，也為了有更多時間陪先生、小孩，老闆娘決定創業自己當老闆，開立了這家店。老闆娘遵循傳承自家人的秘方，堅持手工熬煮咖哩醬，長達兩個小時的熬煮，才能成就美味。而她因為自己也有小孩，更能體會來消費的顧客也是其他父母的心頭肉，像每位母親一樣，她非常注重食材的新鮮、安全性。在咖哩魚夫，每份餐點，蘊含的不只是一名廚師對料理的堅持，更是一位母親對家人的用心。



二、經營理念

●「自己敢吃才敢賣」

堅持每天手工熬煮咖哩醬，在食材挑選上也很嚴謹。為了消費者健康，油炸用的油每天會替換，而隨餐附贈的紅茶跟湯也絕對不放過夜。

三、經營項目及行銷手法

●「經營項目」：求新求變

為了維繫顧客新鮮感，咖哩魚夫不斷在推陳出新菜單，炸蝦及南瓜可樂餅便是他們的新品項。

商品的外帶與內用價格也有所區別，因為外帶不附飲料及湯品的關係，所以價格會較為便宜，也希望能夠讓外帶客源能有所增加。



AROWANG CURRY
咖哩魚夫

招牌炸蝦 169元

新到 蒜香雞柳條 139元

新到 香噴噴唐揚雞 139元

魚夫魚排 139元

特等里肌豬排 139元

嫩嫩腰內肉 139元

新到 南瓜可樂餅 149元

招牌咖哩飯 69元

蒜香雞柳條 139元

香噴噴唐揚雞 139元

魚夫魚排 139元

特等里肌豬排 139元

嫩嫩腰內肉 139元

新到 南瓜可樂餅 149元

以上餐點均附湯品及飲料
圖片僅供參考 以實物為主



AROWANG CURRY
咖哩魚夫

外帶

手作咖哩 ※不附飲料及湯品，紅茶加購20元

招牌咖哩 79

里肌豬排 99

香噴噴唐揚雞 99

嫩嫩腰內肉排 99

魚夫魚排 99

蒜香雞柳條 99

加飯10 加咖哩醬 20

單點炸物

黃金脆薯 39

黃金雞塊 49

起司條 89

香噴噴唐揚雞 89

蒜香雞柳條 89

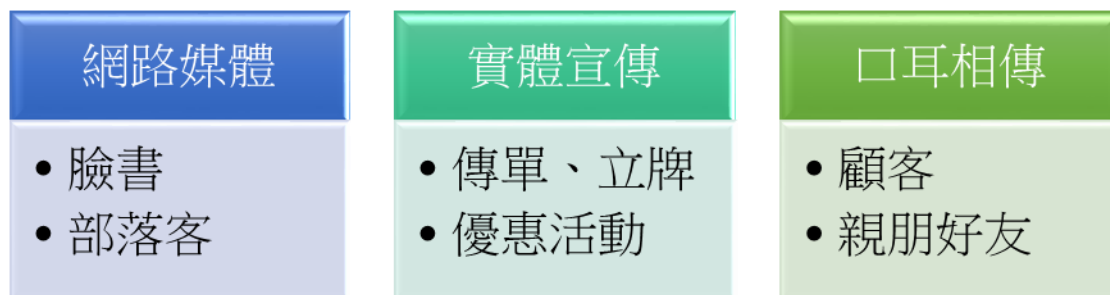
NEW 南瓜可樂餅(2片) 99

小菜-魚夫泡菜(份) 30

(1罐600克/禮盒) 180/350

~敬請提早來電訂購~
臺中市西屯區逢甲路72巷7號 04-2452 2329

●「行銷手法」



1. 網路媒體：

- (1) 運用臉書粉絲專頁分享店內發生的大小事與粉絲互動，也會公告新活動。
- (2) 暑假時嘗試與部落客合作，更幸運的登上雅虎搜尋引擎的首頁！帶來的效益也延續到後續的幾個月。

2. 實體宣傳：

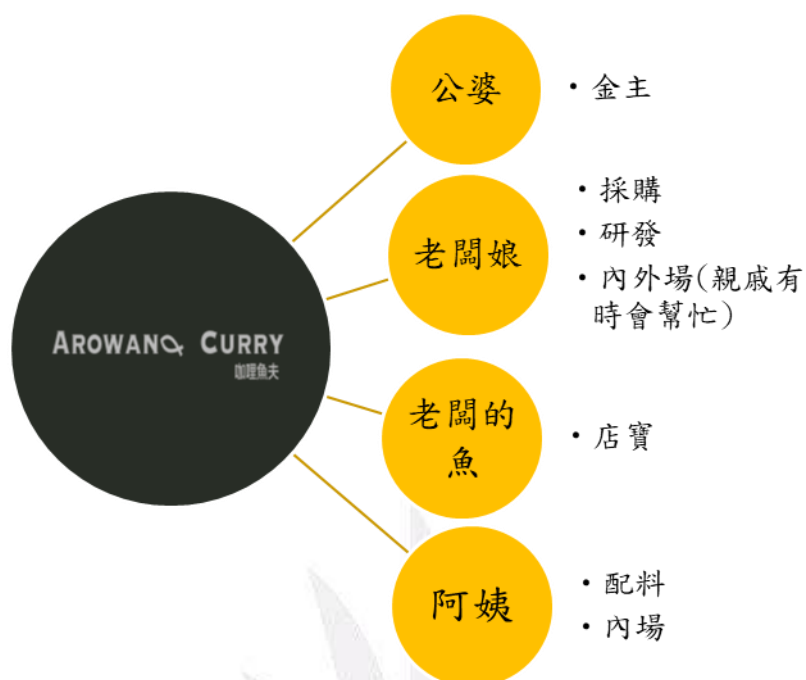
- (1) 為了增加曝光率，在巷口設有廣告立牌，發放宣傳單。
- (2) 舉辦不定期優惠活動 ex. 周年慶優惠、今日特餐……等。

3. 口耳相傳：

堅持品質，只要顧客或是親朋好友覺得好吃，相信他們會極力向大家推薦甚至回流。



四、組織圖及職能分工



● 製作餐點 SOP

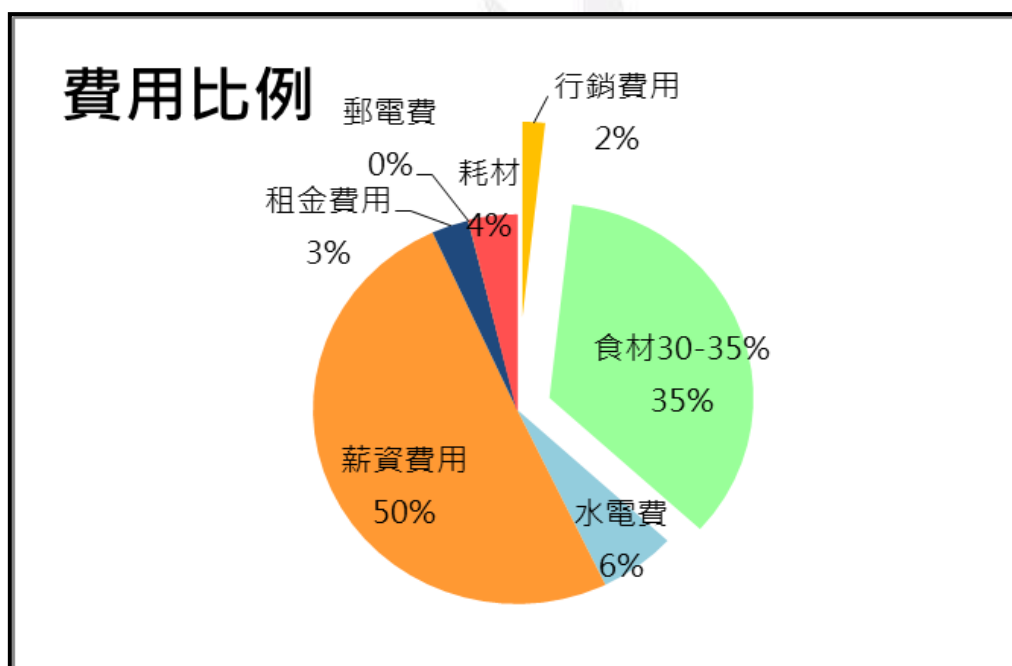


★ 內場由老闆娘及阿姨分工，一個負責油炸炸物，另一個負責擺盤裝飾；老闆娘同時身兼外場員工，結帳、送餐、維持店內整潔等等，都難不倒他。如果有活動，店裡忙不過來的時候，老闆娘的婆婆就會過來幫忙。

五、財務資訊

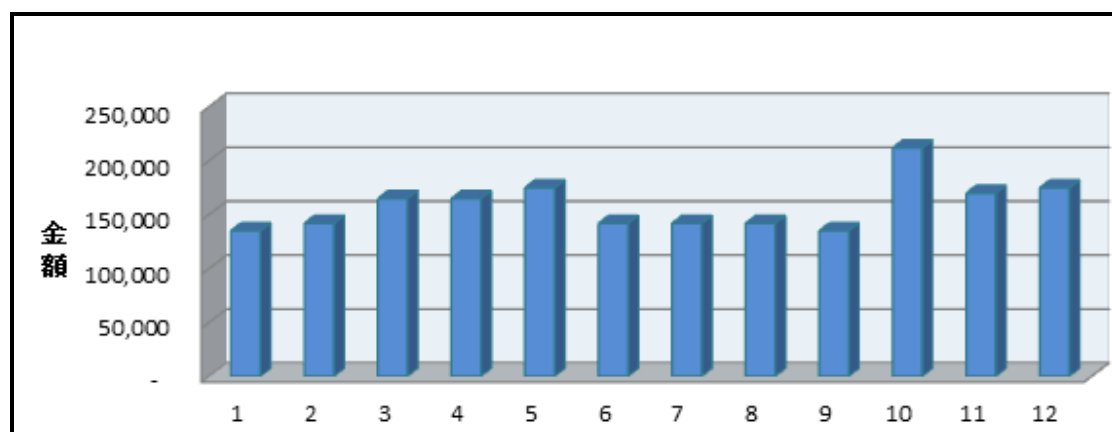
●成本面

咖哩魚夫成本明細	
行銷費用	4,500 次；宣傳單、旗幟 12,000
食材	費用總額 30%-35%
水電費	水 1,500/2 個月；電 6,500/月
薪資費用	60,000/月
雜項費用-耗材	4,500/月
郵電費	100/月
租金費用-靜電機	3,500 月(安裝費+每月租金)

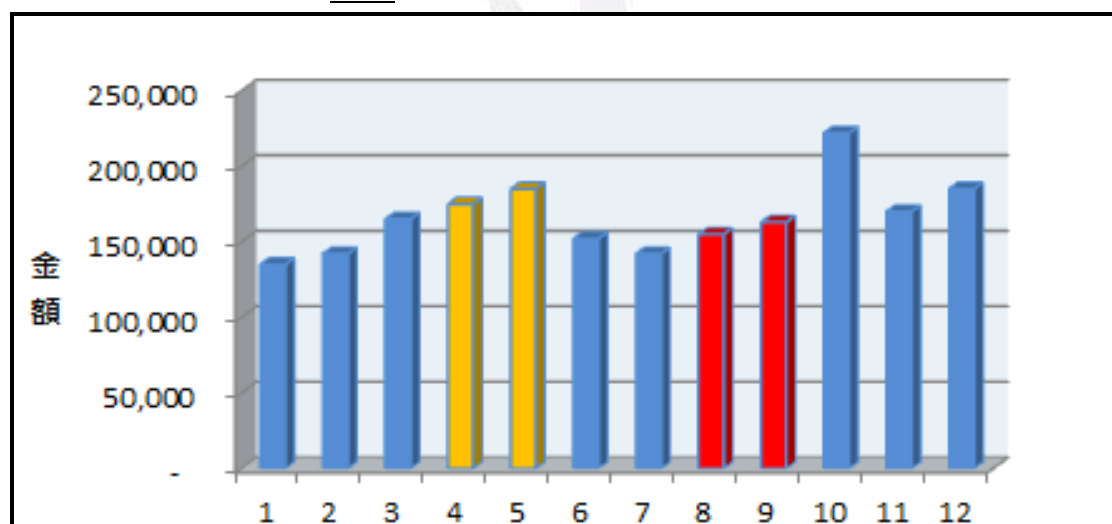


圖中拉出的的部分為咖哩魚夫的每月變動成本；而合在一起的部分為每月固定成本（咖哩魚夫的店面是自家的，所以租金費用僅指靜電機的租金；另外由於店家提供的水電費、郵電費資訊為固定故此列為固定成本）。由比例圖中可發現，咖哩魚夫的成本結構具有高固定成本、低變動成本的特性，屬於營業槓桿高的店家，所以當銷售量變動時所帶動的利潤變化也會較大。而老闆娘最希望我們能幫助他們的問題也就是增加客源促進銷售量。

●收入面



上圖為咖哩魚夫上年度的財務資訊，很明顯可看出來一月、二月、六月、七月、八月、九月為淡季。一、六月適逢期末考週，學生都去準備考試了，所以生意淡泊；更別說像二月、七月、八月、九月的大學生寒暑假期間，基本上都要靠店家額外自製的泡菜禮盒來維持生意。有句話說，農夫是看天吃飯的，那我想，位於學區的店家們絕對是看學生吃飯的。



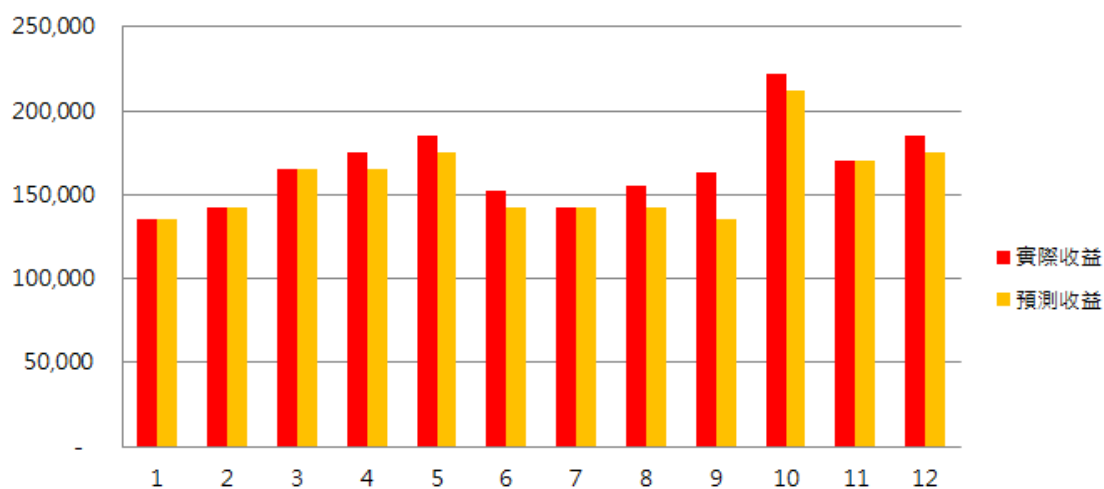
經歷了的創業初期後，老闆娘開始想要有所調整，在四月時研發了兩道新菜色，為了推廣這兩樣新菜色舉辦了抽獎活動，除了有近百人響應外，更帶動了四月份的業績；接著五月初趁勝追擊，再為母親節辦一次抽獎與當日來店贈送康乃馨活動，讓五月營業額又比四月再攀升了一些。而這兩次的抽獎活動讓咖哩魚夫的業績上升了一至兩成。

最令人擔憂的暑假，在訪談期間我們曾跟老闆娘建議過可以找部落客，而在八月份時老闆娘也找了部落客來刺激生意，值得喜悅的是，那篇部落客的貼文更被雅虎奇摩網站選出貼在首頁上，使八九月的業績一躍而上跳出了暑假的框架。後來九月底還辦了周年慶的活動，店裡出現了排隊人潮與找人來幫忙外場的盛況，效益甚至延升到十月（咖哩魚夫店裡所謂的大月）銷售額也比往年更邁進了。

●綜合損益表(根據店家所給的”大概資料”所擬製成)

咖哩魚夫 綜合損益表 2016 年度(實際)			咖哩魚夫 綜合損益表 2016 年度(預測)		
營業收入			營業收入		
咖哩收入	\$ 1,874,000		咖哩收入	\$ 1,795,000	
泡菜收入	97,000	\$1,971,000	泡菜收入	88,000	\$ 1,883,000
營業成本		689,850	營業成本		659,050
營業毛利		\$1,281,150	營業毛利		\$ 1,223,950
營業費用			營業費用		
水電費	\$ 87,000		水電費	\$ 87,000	
薪資費用	720,000		薪資費用	720,000	
租金費用	42,000		租金費用	42,000	
郵電費	1,200		郵電費	1,200	
雜項費用	48,500	\$898,700	雜項費用	48,000	\$898,200
營業損益		\$ 382,450	營業損益		\$ 325,750
營業外費用			營業外費用		
行銷費用		23,500	行銷費用		0
稅前淨利		\$ 358,950	稅前淨利		\$ 325,750

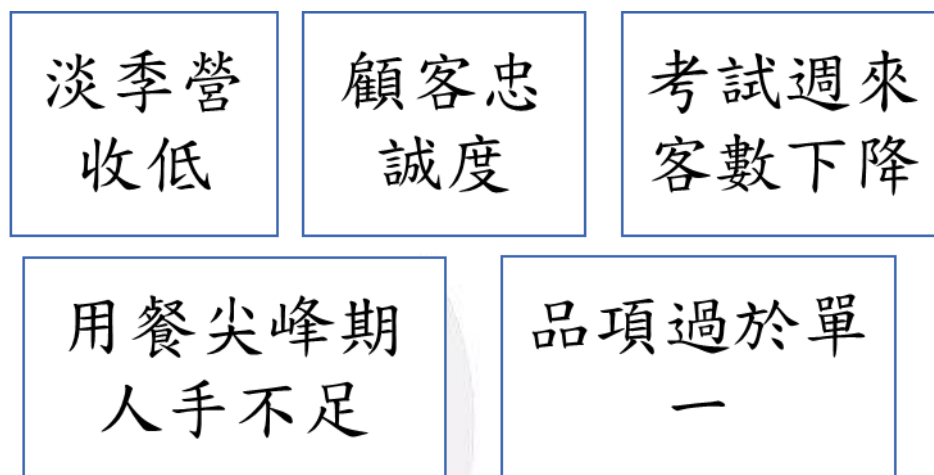
對比預測資料與店家修正經營方式後的實際資料，經由計算可得稅前利潤率上升了 0.91%。



最後綜合所述，在逢甲地區屬於營業槓桿高的咖哩魚夫，提升了四五月銷售額及最令人擔憂的暑期銷售額後，整年度的利潤率大大的提升了 0.91%。

參、發現問題及解決方法

統整上方的財務資訊後，我們發現了咖哩魚夫可能面臨的問題並歸類為五項，接下來將依現況提出可行的因應對策。



1. **淡季營收低**：由上年度的營收可發現 1. 2. 6. 7. 8. 9 月為淡季，為了彌補收入減少的部分，有以下 3 個解決辦法：

- (1) **年節泡菜禮盒**：台灣人重視禮數，逢年過節免不了禮尚往來一番，這時好吃划算又體面的泡菜禮盒最能送禮送到心坎裡。
- (2) **部落客推薦文**：開店初期我們即提出請部落客寫食記增加魚夫知名度的想法，因成本考量老闆娘未採納；今年暑假適逢淡季，為了提升營業額，老闆娘索性邀請部落客寫了推薦文，而成效也漸漸反映在營收上。
- (3) **抽獎活動**：不論是新品上市、母親節、填問卷都結合了免費咖哩的抽獎活動，活動期間臉書粉絲頁的觸擊率大幅提升，也成功吸引消費者到店用餐。

2. 顧客忠誠度：衡量商品的質量、價格及服務後可推測出顧客忠誠度，在質量及服務方面咖哩魚夫有十足的信心，然而坐落在學區，咖哩魚夫的價格並非所有學生都能接受，基於這個原因分別有長、短期兩個對策，使老顧客能持續上門消費：

①**周年慶活動：**適逢魚夫成立一周年，特別在 9/26-9/28 期間推出內用外帶全品項 9 折的優惠活動。

②**內用外帶優惠：**為回饋顧客支持，推出內用每日特餐 9 折以及外帶 5 份以上 9 折的優惠。

3. 考試週來客數下降：每階段考期間學生用餐人數驟減，對咖哩魚夫而言是不小的影響，針對這個情況以成本面和收入面切入，做出營運上的調整：

①**增加發文頻率：**學生在考試之餘看到臉書粉絲頁的貼文，免不了想在考試後到咖哩魚夫大吃一頓滿足口腹之慾。

②**公休日增加：**強調食材每日新鮮現做，剩餘的飲料或湯品勢必得丟棄，無形之中浪費食物也增加了成本；增加公休日不僅使員工能有喘息的空間，相對的也減少成本的支出。

4. 用餐尖峰期人手不足：這學期開學以來由於前面投入的行銷活動開始產生效益，中午用餐期間店內總是擠滿了人，也讓老闆娘注意到人手不足的問題。針對這個部分，老闆娘傾向找 PT 工讀生而非正職員工，一方面是因為工時過短，另一方面則是不希望人事成本過高。

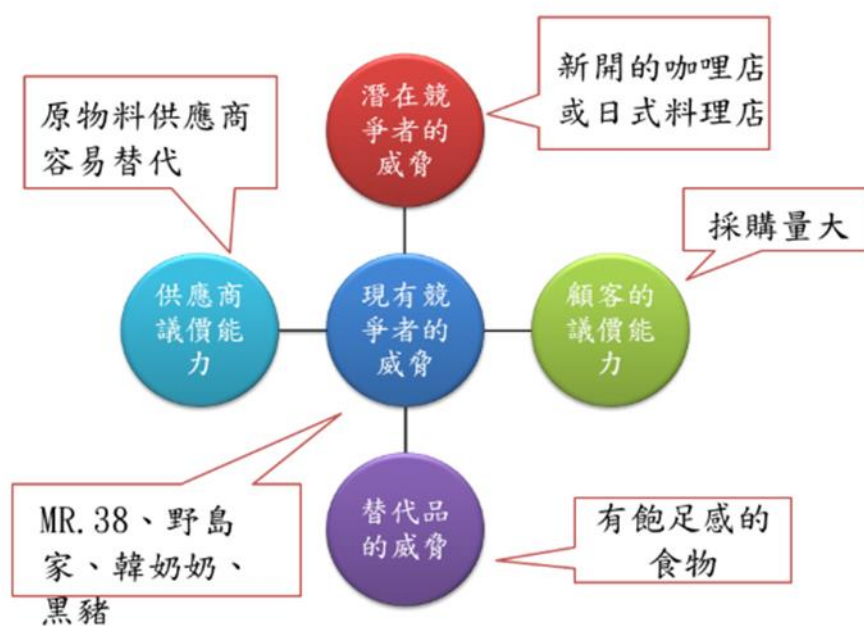
5. 品項過於單一：曾有不少顧客建議魚夫可以增加菜單的品項，改變主餐只有炸物及配菜只有水煮蔬菜的現狀。面對這些意見，基於時間成本考量，老闆娘認為炸物最能掌控出餐時間及餐點品質，而水煮蔬菜則是能兼顧營養且避免影響咖哩的風味。

肆、分析及建議

一、以管理學角度分析

1. 五力分析

是由美國哈佛大學教授麥可·波特（Michael Porter）提出的產業結構五力理論，他認為有 5 種力量促成產業競爭。以此為架構，藉由五力分析我們可以掌握咖哩魚夫的市場競爭力。



1) 潛在競爭者的威脅

對於咖哩魚夫而言，凡是欲在逢甲地區開店及其商品與咖哩相關者，皆可算是潛在競爭者，逢甲商圈變動性高，需推陳出新並保持警覺，以免被取代。由於咖哩魚夫位於美食一級戰區，倘若沒有持續創新的能力，很容易被較有話題性的餐廳給取代，因此在潛在競爭者威脅的部分，是較不具競爭力的。

(2)供應商的議價能力

由於咖哩魚夫的原物料皆容易取得，因此當配合的供應商如有品質不佳的情況時，咖哩魚夫可以另尋其他廠商，所以在供應商的議價能力這塊，較具優勢。

(3)消費者的議價能力

如同團購的概念，當顧客購買產品的數量較多時，通常會要求賣家給予折扣，針對這一部份，咖哩魚夫提出的對策為，給予顧客外帶五份以上餐點享有九折優惠，希望可以藉此穩固採購量大的客戶。

(4)替代品的威脅

由於個案性質偏向正餐類，因此只要有飽足感的食物皆可視為是他的替代品，像是炒飯、炒麵或是便當。

(5)現有競爭者的威脅

已在逢甲開業且性質相近的店家，皆能算是咖哩魚夫的現有競爭者，其中以專賣咖哩料理的店家最具威脅，像是 Mr. 38、韓奶奶、黑豬咖哩。咖哩魚夫因價格定位不上不下，沒辦法搶到平價咖哩的學生客群，在裝潢跟菜單選擇上也無法拉走連鎖咖哩店的客源，因此在現有競爭者威脅這塊，咖哩魚夫的競爭力明顯較低。

2. SWOT 分析



✪ 根據 SWOT 分析的結果，咖哩魚夫在經營上做出了以下幾項改變

- (1) 由於現代人仰賴網路的評價，再加上咖哩魚夫的報章雜誌介紹較少，因此老闆娘聽從了我們的建議，找部落客寫文章行銷品牌，希望能藉此增加客源。
- (2) 透過和清水刈包店異業結盟，刈包店推出了泡菜口味的刈包，不但增加刈包店的菜單選項，同時也讓更多人吃到咖哩魚夫的泡菜，進而提升了咖哩魚夫的知名度。

3. SWOT 策略規劃

<p>內部能力分析 外部環境分析 策略規劃</p>	<p>S</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 員工流動率低 2. 食材新鮮、每日換油 3. 持續研發新口味的積極態度 4. 店面是自己的，省下租金，在訂價方面可與其他店家做出差別 	<p>W</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 過多油炸商品 2. 較少報章雜誌及廣告行銷 3. 考量單價學生無法經常消費 4. 離主要飲食區有點距離 5. 客群太過單一(主要學生) 6. 僅有一項咖哩搭配不同主菜
<p>O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 鄰近大學，學生大多都是外食族 2. 位於逢甲商圈，可拓展市場需求 3. 產品可於異業結盟，多元化發展 4. 顧客接受度與忠誠度高 5. 泡菜表現突出能發展成為招牌 	<p>S3O1 研發季節限定菜單並均衡配菜</p>	<p>W2O1 在學生關注的平台貼文並宣傳 Ex: DCARD、PTT</p>
<p>T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 同性質店家多 2. 寒暑假淡季 3. 商品CP質與學生預算有落差 	<p>S3T2 趁寒暑假淡季時研發新菜單</p>	<p>W3T3 針對學生族群做學生優惠價 W4T1 做出品牌性差異並增加知名度讓消費者會願意為了吃他而來 EX: 勤美巷弄小店</p>

(1) 研發季節限定菜單並均衡配菜(S3O1)

由於咖哩魚夫的客群大多為學生，而學生通常為外食族居多，所以在飲食均衡這部分較難兼顧到，藉由改變配菜能夠使學生吃得較營養；另一方面定期開發季節限定菜單，不但能夠讓老顧客有新奇感，也能吸引到一些新的客群。

(2) 在學生關注的平台貼文並宣傳(W2O1)

因為現在取得資訊很容易，而學生也都習慣在找吃的時候查詢店家的評價，所以在學生常瀏覽的平台上貼文並宣傳，能夠有效的增加學生族群的客源。Ex: DCARD、PTT

(3) 趁寒暑假淡季時研發新菜單(S3T2)

寒暑假時有許多學生會返鄉或是出遊，因此店裡的生意會較為冷清，可以藉由這個時間來研發新菜單。

(4) 針對學生族群做學生優惠價(W3T3)

由於咖哩魚夫的客群以學生為主，再加上咖哩魚夫的定價對學生來說有點偏高，因此針對學生族群做優惠，是最快能增加學生客群的方法。

(5) 做出品牌性差異並增加知名度讓消費者會願意為了吃他而來(W4T1)

咖哩魚夫的所在地離主要鬧區有些距離，再加上目前知名度尚未打開來，所以客群還是以當地人及學生為主，若能將知名度增加並加強品牌差異性，成為像是勤美向弄間的小店，讓顧客慕名而來，那麼就能解決地點較偏遠的劣勢了。



二、顧客消費問卷分析及建議

1. 蒐集問卷過程



(1)目標:蒐集顧客消費滿意程度及回饋,不想造成地球的負擔,因此決定將QR Code放置店內及臉書粉絲專業,採用無紙化方式填答問卷。

(2)誘因:為了提高顧客填答問卷意願,所以將進行抽獎,抽取五位幸運兒兌換手工咖哩,並以寄出的信件作為兌換依據。

(3)蒐集及進行問卷分析

2. 問卷內容

10. 顧客滿意度*

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
餐點菜色搭配	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
餐點價格	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
餐點份量	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
餐點多樣性	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
用餐環境	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
用餐氣氛	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
服務品質	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
優惠活動	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
餐廳停車便利性	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. 透過什麼管道發現咖哩魚夫這間店?*

- 親朋好友推薦
- 書籍雜誌
- 媒體網路
- 路過
- 其他...

6. 來店頻率(不論內用外帶)*

- 平均每周5次以上
- 平均每周2-4次
- 平均每周1次
- 平均每個月2次
- 平均每個月1次
- 我是新的咖哩魚夫小粉絲!!!

咖哩魚夫 問卷調查

從2017/10/20(五)凌晨00:01到2017/10/26(四)晚上11:59,為期一週填答問卷抽好禮。
即將選出一位幸運兒免費兌換一盤手飲咖哩!!!兩位咖哩折價卷囉(以上獎品內用外帶皆可兌換囉!)。
在此麻煩咖哩魚夫小粉絲們,留下可聯絡的信箱,將作為抽獎使用,此問卷只提供逢甲同學研究參考使用,個人資料不會有所外洩,請放心填答,一起來抽獎吧!!!感謝您提供的資料。

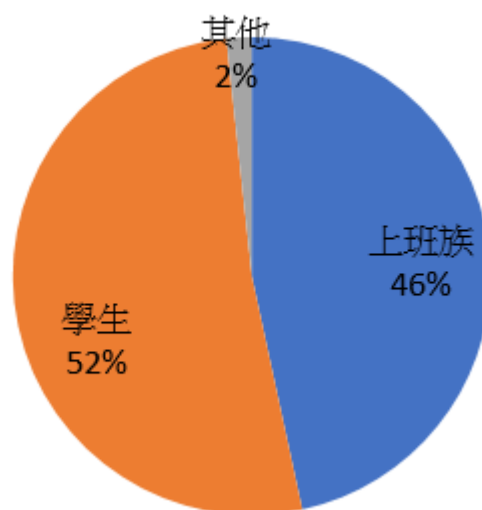
3. 問券調查樣本數

- (1)問券調查資料來源：咖哩魚夫店內顧客、咖哩魚夫臉書粉專
- (2)調查樣本數：116 人
- (3)有效樣本數：105 人
- (4)無效樣本數：11 人

4. 調查結果與分析

- (1). 目標族群 → 年齡 21~30 歲：50.9%、
年齡 31~40 歲：24.1%

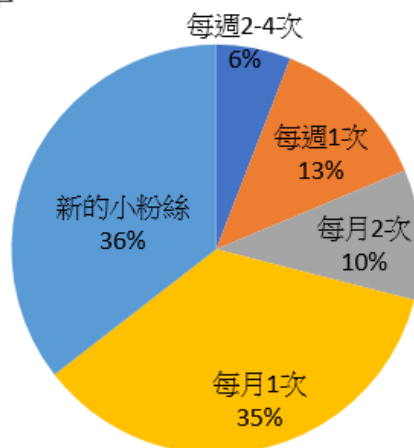
職業



- a、由上圖可知，咖哩魚夫顧客群以大學生還有上班族為主。
- b、由年齡占比得知，大學生主要以大三、大四生為主。

(2). 到店頻率

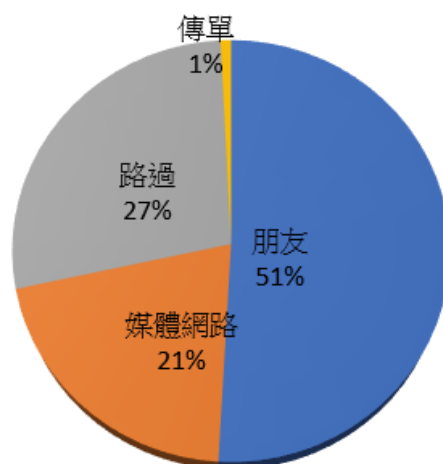
消費頻率



- a、大部分顧客每月消費一次 (35%)。
- b、值得注意新的客源(代表知名度提升)或消費一次(不易留住顧客)高達 36%
- c、熟客每周消費 2~4 次 (6%) + 每周一次 (13%)
→穩定的收入來源。

(3). 得知管道

透過什麼管道發現咖哩魚夫這間店?

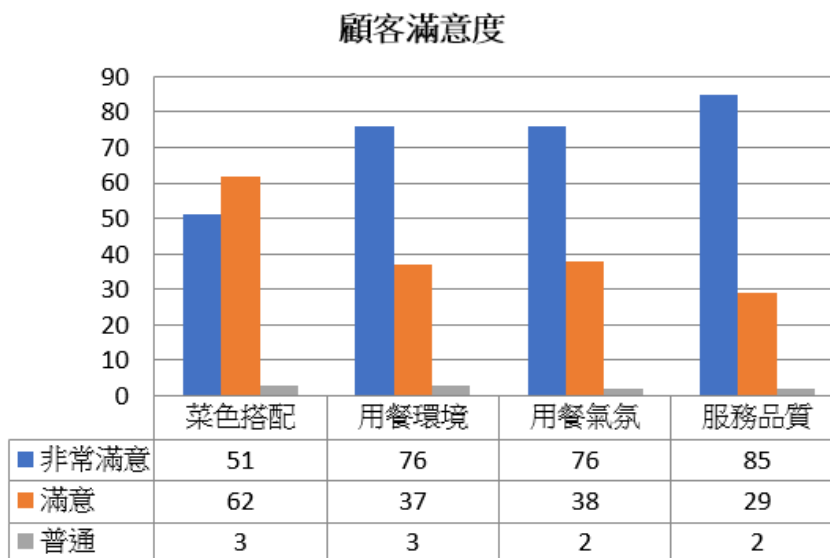


- a、親朋好友 (51%)：口耳相傳是主要行銷方式。
- b、在媒體網路盛行的世代，顧客從網路管道得知只有 21%，表示未把握網路資訊達到宣傳效果、打出巷弄美食知名度。

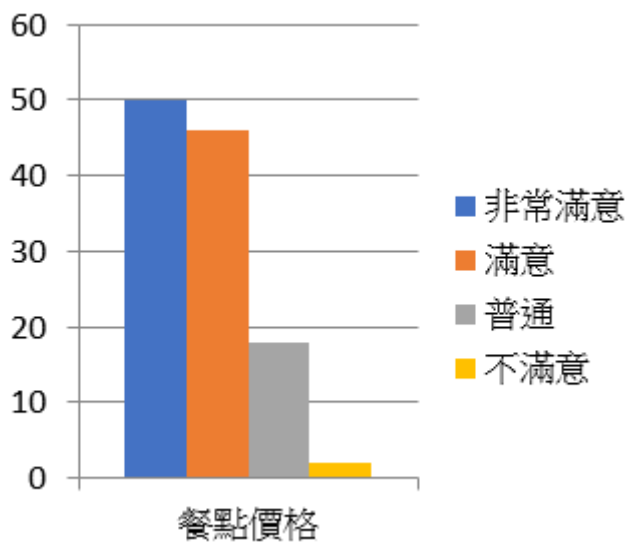
(4). 顧客滿意度

● 整體滿意部分

(菜色搭配、用餐環境、用餐氛圍、服務品質)

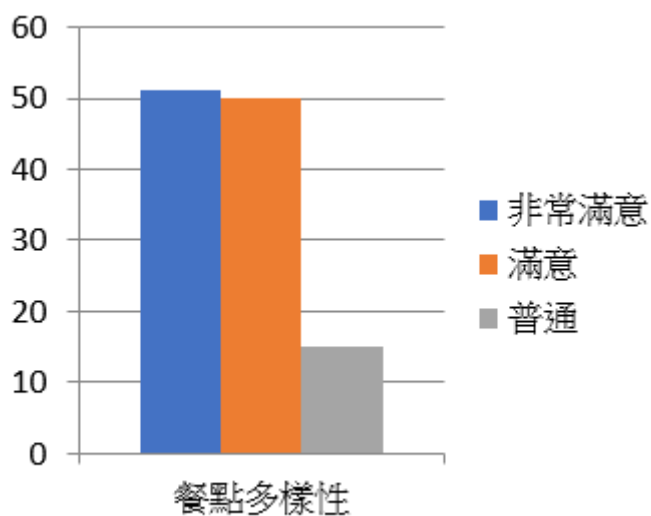


● 餐點價格



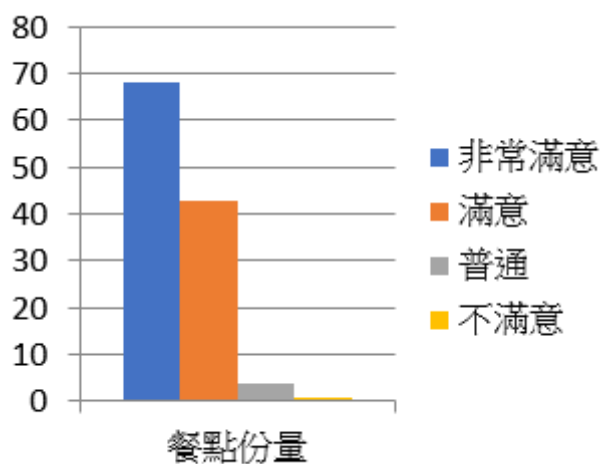
- a、對於學生來說：餐廳定位尷尬、價格偏高。
- b、解決辦法：內用價改外帶價，紅茶、湯飲加價購
(內用外帶價格差 \$40)。

●多樣性



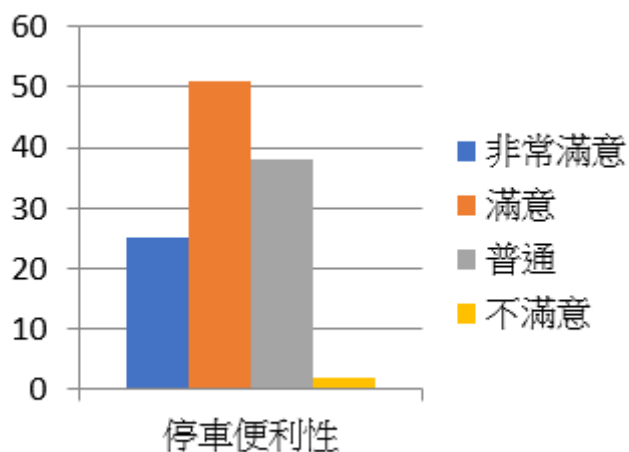
- a、普通部分明顯上升：多數人回饋可增加非炸物主食、蛋包飯、馬鈴薯等。
- b、解決辦法：研發新菜色，因應需求。

●份量



- a、大部分滿意：女生（佔 65.5%）來說是足夠的；普通不滿意：男生（佔 34.5%）可能會吃不飽。
- b、解決辦法：加飯 \$ 10、加咖哩醬 \$ 20。

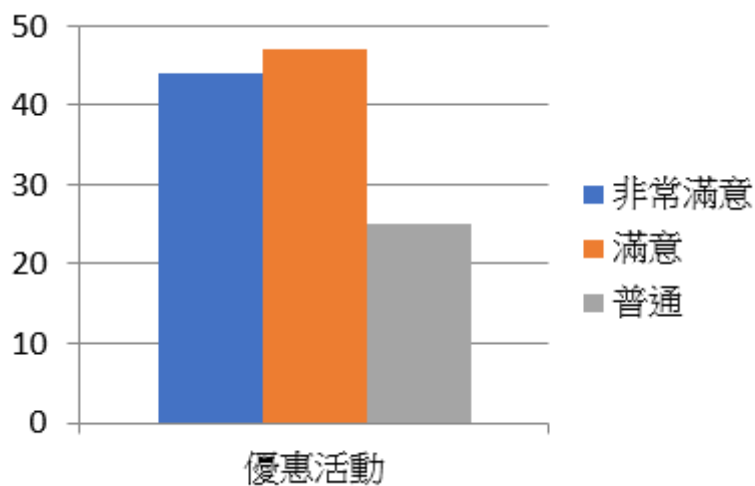
●停車便利性



a、鄰近逢甲商圈且位於巷弄，停車不易。

b、解決辦法：附近收費停車場。

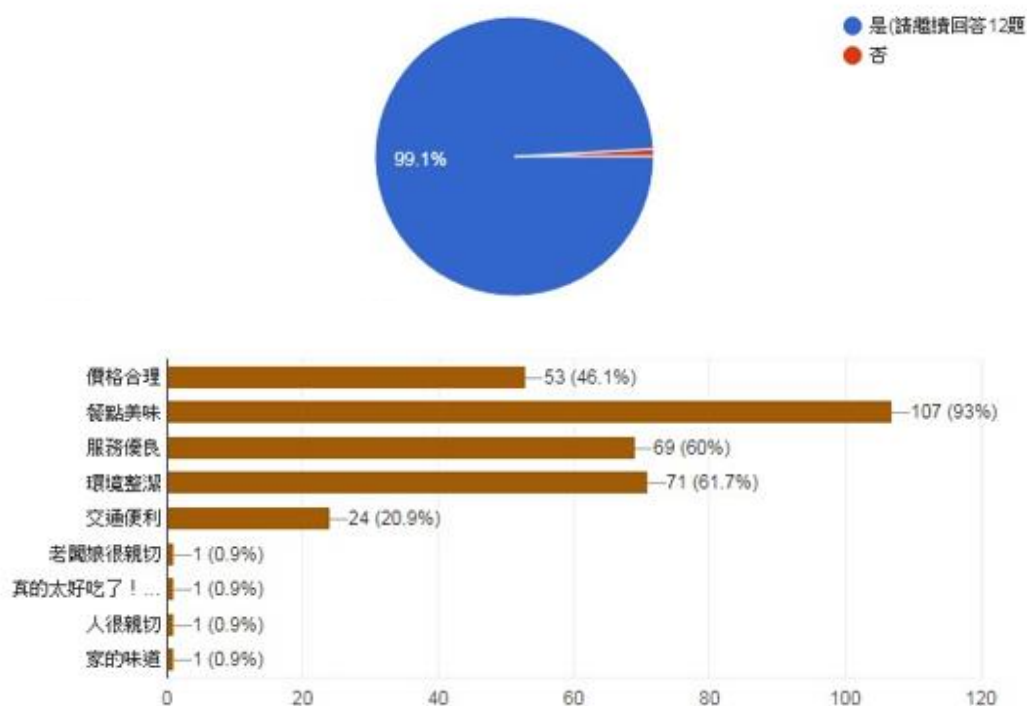
●優惠活動



a、普通部分明顯比前幾個調查部分上升：大部分消費者對優惠活動無感。

b、解決辦法：多利用粉絲專業宣傳活動，定期舉辦活動，例如：集點、每日特餐、打折活動、搭部落客文章折價等。

●再次消費意願



- a、再次消費意願近乎接近 100%，表示顧客對餐點口味部分還是有信心的。
- b、商家可利用顧客對餐點的信心培養顧客忠誠度，提升顧客來店頻率。
- c、商家堅持每日新鮮熬煮、食材不過夜、賣自己敢吃的！因投入高成本，所以價格偏高，可以將此經營理念透過網路宣傳達到網路經濟效益，培養信賴度。

5. 網路、資訊系統優點

- (1). 透過網路資訊與消費者互動，可以獲得回饋並做出改善，因此我們配合店家做出消費者問券調查（線上 Google 表單）供店家參考顧客回應。
- (2). 適當運用資訊系統可以減少人力、時間、資源、成本，還可以簡化作業流程，使操作更便利。
- (3). 與老闆娘互相討論後，本來上學期是使用手工記帳（較混亂不清），這學期做出改善，用 Excel 記帳（擁有清晰明確的數據合計）可以靈活調整帳務資訊。

6. 創造網路經濟

- (1)以「網路」為基礎的策略（粉專宣傳），增加品牌知名度，提升客源。
- (2)虛擬公司（網路平台商場），可以線上訂購泡菜禮盒。
 - a、臉書粉專網頁按鍵連結→來去逛逛
舉例：覓淨思官網



- (3)使用網路連結人、資產、構想（跳脫傳統組織界線實體位置）。

7. 適當運用 Facebook – Audience Insights 數據分析，

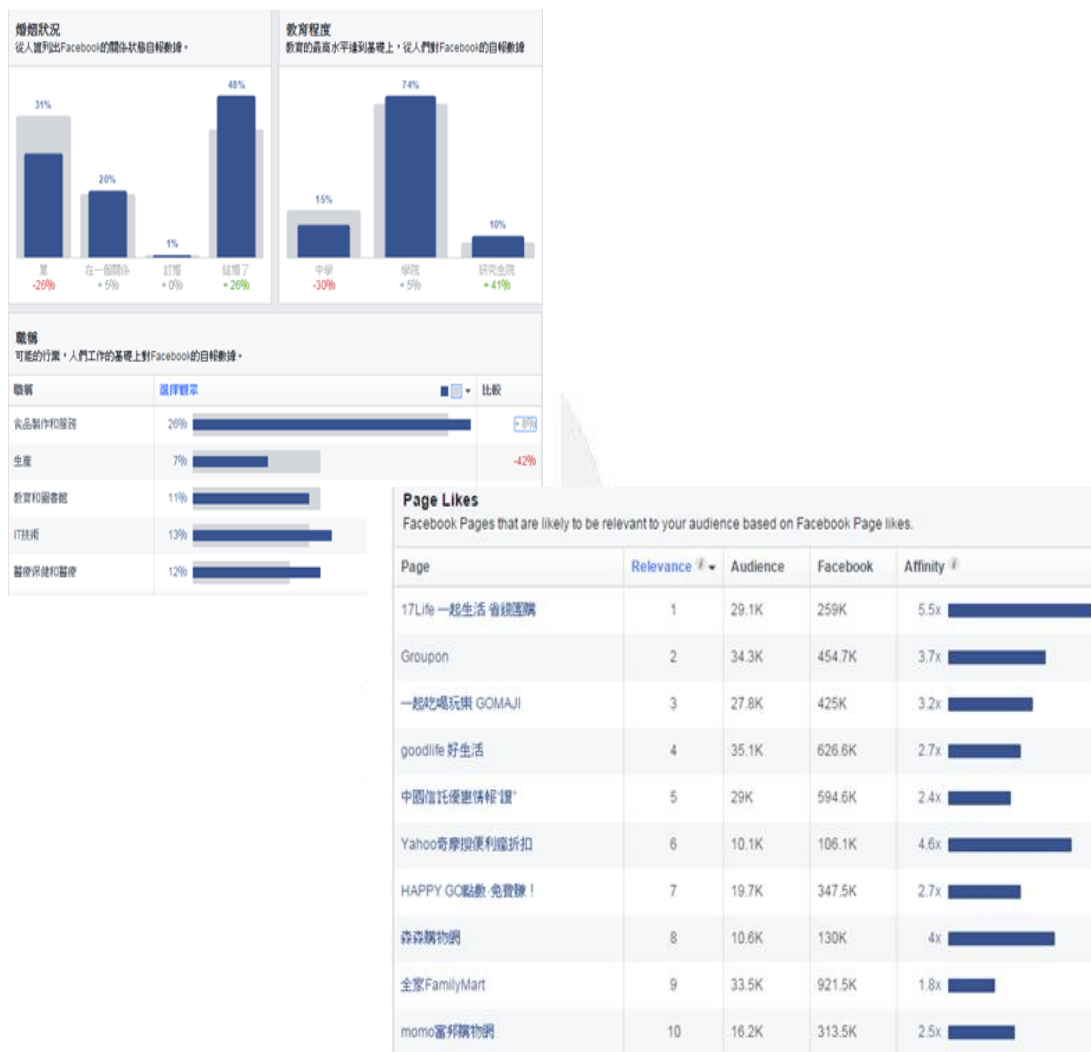
用以掌握粉絲喜好

- (1) 根據數據判斷最佳貼文時間、內容。
- (2) 哪個是最佳貼文時間。
- (3) 哪種貼文類型惹人愛（互動率高）、貼文回應狀況。
- (4) 掌握粉絲資料，做出合適的對策。
 - a、可掌握粉專受眾資料：性別、感情狀況、學歷、職業、粉絲團分類、關聯性粉絲團、地區、互動模式裝置等。
- (5)顧客、商家間資訊平衡：雙面價值資訊流通。
舉例：使用 Facebook – Audience Insights 的洞察報告

8. 粉專經營技巧（增加網路知名度）

- (1)擁有明確目標（圖文相符）、訊息鮮明：主打商品。
- (2)大膽向粉絲提出行動要求：填字問答互動、問句式貼文、點擊相關連結。
- (3)圖片佐文，吸引目光。
- (4)分享有用訊息，而不是只有廣告資訊。
- (5)定期發文、舉辦活動，與粉絲線上互動。

- (6) 掌握時事、變化，發出最新趨勢貼文內容。
- (7) 在粉絲上線尖峰時刻發文，增加粉專貼文觸擊率。
- (8) 善用臉書廣告機制去鎖定投放目標。



三、建議總結

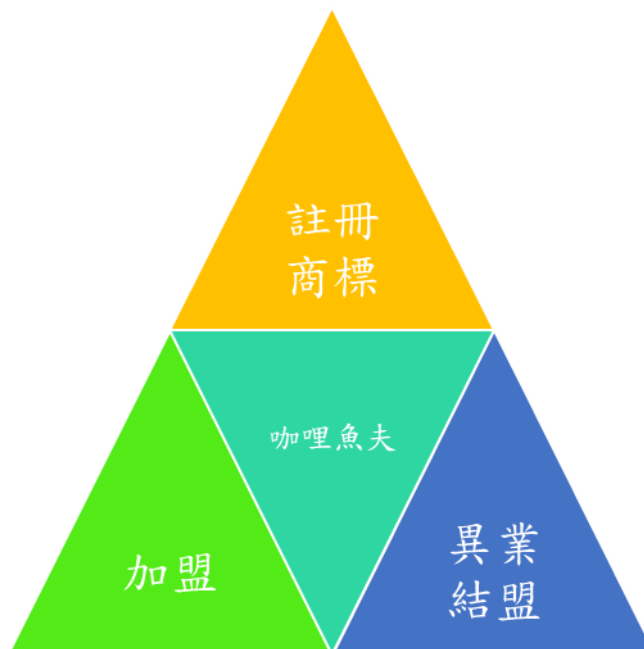
統整以上針對問題所提出的建議，包括老闆娘為增進客源而想出來之方法，例如：周年慶、每日特餐，另一部分即是本組提出來之解決方案，老闆娘也予以採納，於今年做的改變。

1. 問卷分析
2. 網路行銷
3. 不定期優惠活動
4. 每日特餐
5. 商業午餐外送
6. 洞察報告

以上為本組統整之相關分析資料，第三點-不定期優惠活動，咖哩本身單價偏高，學生並不會每天上門光顧，假如店家不定期能推出優惠活動，製造新鮮感也能讓顧客有所期待，將可大大提升來客量；另外第五點-商業午餐外送，在問卷分析中可以發現，上班族亦是咖哩魚夫主要客源之一，因此，商業午餐這銷售策略本組認為是很有商機的。



伍、未來規劃



咖哩魚夫之未來規劃主要可以分成三大方向：

1. 註冊商標：老闆娘已於近期送出註冊申請，由於該申請需等待之時間較久，本組後續將持續追蹤店家的相關申請程序，並適時給予協助以利申請之進行。
2. 加盟：由於咖哩魚夫從開店至今，已有一年多的之時間，可算是漸漸地進入成長期，待咖哩魚夫的經營與各方面評估漸趨穩定後，老闆娘規劃將可以嘗試加盟這領域，擴大經營，能把咖哩魚夫的經營理念聲名遠播。
3. 異業結盟：咖哩魚夫之泡菜於今年5月與東海刈包有短暫合作；但礙於成本考量僅維持了一個月，假設在未來，「加盟」這想法可實行後，咖哩魚夫便可打造屬於自己的中央廚房，屆時異業結盟這個合作案也可以重新開始進行，換句話說，在加盟的前提下，異業結盟的想法便是可行的。

陸、結論及心得

藉由這次實地協助店家，才發現會計及資訊系統帶給我們很大的便利性，也降低人力成本、資源和時間……等，一套好的資訊系統，對於店家管理有相當大的效率及效果。

在協助店家整個過程中，才發現課本教的理論面與實務上的實際面還是有很大的差異，原來經營是一門很大的學問，內心會有很多天秤，成本與利潤的拉扯，是要堅持品質還是要快速回本，思緒百轉千迴，還是要回到初衷”敢吃才敢賣”，所以很佩服老闆娘堅持著自己的信念；也很感謝店家相信我們，給予我們相當多的財務內部資訊，我們也盡自己所能協助店家。

整個報告最難的部分就是分析，網路科技時代蒐集資料不難，難在於利用及分析資料。要從店家的角度思考，如何節省成本、吸引客源增加收入進而達到利潤最大化；另一方面，要從消費者角度思考，如何以最少的錢獲得最大的滿足感，也就是CP值的概念，給予店家想法及建議，並做出改善讓顧客願意回流消費。

很開心我們一路陪伴著咖哩魚夫成長，從當初的門可羅雀到現在的門庭若市，讓我覺得一間店能夠成功，團隊合作，一起出主意、出想法，堅持初衷，不放棄，一定可以達到我們想要的目標。



參考文獻

<http://blog.udn.com/HsuChunYi/46425941>

[http://wiki.mbalib.com/zh-](http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E6%B3%A2%E7%89%B9%E4%BA%94%E5%8A%9B%E5%88%86%E6%9E%90%E6%A8%A1%E5%9E%8B)

[tw/%E6%B3%A2%E7%89%B9%E4%BA%94%E5%8A%9B%E5%88%86%E6%9E%90%E6%A8%A1%E5%9E%8B](http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E6%B3%A2%E7%89%B9%E4%BA%94%E5%8A%9B%E5%88%86%E6%9E%90%E6%A8%A1%E5%9E%8B)

<https://www.facebook.com/Arowanacurry/>

