

逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：

澀甜果實 圓夢踏實

Making Great Efforts, Dream Will Come True



作者：李 宣、陳佩吟、謝佳芸、黃絡蓁、陳又瑄、
鍾雅鈞、吳俊霖、許合鎮

系級：會計學系四年甲班

學號：D0330719、D0373227、D0330885、D0373329、D0307070、
D0373393、D0444426、D0307303

開課老師：黃娟娟 老師

課程名稱：會計資訊系統(二)

開課系所：會計學系

開課學年： 106 學年度 第 1 學期

中文摘要

透過實際參訪店家，了解其內部狀況再進一步分析是否合適導入 ERP 系統。並且探討果圓飲料店在營運上所遇到的問題，並且用我們所學提出問題的改善方式，得以讓果圓此公司擁有良善的經營制度以及更好的未來發展。

過程中針對該店的問題我們做了 SWOT 分析 五力分析等評估該店的優勢和劣勢，內部控制我們則訂立詳細的分工還有使用收銀機記錄每筆交易記錄以及金錢降低舞弊的可能性。原料供應則是尋找適合與店家配合之供應商大幅降低成本。

研究結果顯示 ERP 系統並不適合導入果圓，最主要原因是營業規模過小，會計記帳程序精簡而不需使用，故我們建議他們可以導入 POS 機來降低原本手工記帳可能導致疏漏或者錯誤等問題。於研究過程中，果圓因為房東的上漲房租加上客源的不穩定而選擇結束逢甲店營業搬遷至高雄老家開店，藉此可以解決在逢甲店所面臨的窘境。但此變數並不會影響到研究結果，因為果圓的營業規模並沒有因此而有所劇烈改變。

關鍵字：

ERP 系統、POS 系統、五力分析、SWOT 分析

Abstract

Via visiting and investigation, we can understand company's internal situations and analyze whether to use Enterprise Resource Planning System or not. We discuss the problems that we met on operation, and come up with them by using our knowledge. In order to make the company have a wonderful operating institution and a better future development.

We used SWOT Analysis and Porter Five Forces Analysis to evaluate the strength and weakness of company. In terms of internal control, we stipulated a division of function in detail, and record the transactions by Point of Sale system. By doing so, we can lower the possibility of fraud. We also find the appropriate material suppliers to reduce the cost.

The results show that the company is not suitable for importing the ERP system. The main reason is that the size of the business is too small, and the accounting procedures are streamlined. So, we recommend that they can import POS system to reduce the omissions or errors and other issues which original manual accounting may lead to. Due to the raising rent and unstable customer base, company decided to shut down the Feng Chia branch. They opened a new store in Kaohsiung to solve the problems they had met. However, this variance won't impact the consequence of research. Because it won't change the scale of operation.

Keyword :

Enterprise Resource Planning System (ERP System) 、 Porter Five Forces Analysis 、 Point-Of-Sale (POS) 、 SWOT Analysis

目 次



壹、 研究動機和目的	P3
貳、 店家介紹及經營理念	P3
參、 店家組織圖	P6
肆、 問題與解決	
一、 成本面向	P7
二、 內部控制	P9
三、 無有效控管營運狀況的系統	P11
伍、 店家分析	
一、 五力分析	P12
二、 行銷 4P	P13
三、 八大循環	P14
四、 SWOT 分析	P17
陸、 SWOT 解決策略	P18
柒、 結論	P23
捌、 參考資料	P24

壹、研究動機和目的

研究動機：

逢甲商圈內充斥著琳琅滿目的餐飲業，小至路邊攤大到高級餐廳通通都有，配合本次計畫將會計資訊系統導入企業實務，在逢甲商圈裡競爭力極高的飲品產業中，我們選定果圓-創意茶飲作為研究目標，除了位於逢甲商圈內以便於我們訪問企業之外，企業規模較為適當使得財務資訊不會過於龐大導致研究及報告的困難，以研究其營業成本效益為基礎，進一步說明導入會計資訊的利弊。

研究目的：

透過實地訪問、深入調查、店家資料的取得等，深入了解其內部狀況，針對店家的營業規模大小，適合的經營模式。對店家進行初步訪問時，得知店家有意繼續擴大營業規模，但其經營管理體制並非十分完善且仍處於草創時期，尚有進步空間，因此盼望能規劃出對該店家最為適當的一套經營系統，改善目前缺乏完整體制的現況，此舉將有利於店家的經營發展，以達成永續經營的目的，讓優良的店家可以持續保有其經營理念，以正確的管理方式在偌大市場中持續拓展。

貳、店家介紹及經營理念

店家介紹及經營理念：

果圓是一家比較特別的飲料店，是由三個大學剛畢業不久的社會新鮮人共同經營的，不像一般我們所認知的飲料店，他們販賣的飲品不只有茶類還有果汁類，目前在高雄青年夜市有一家分店，是由老闆的朋友開的，近期從逢甲夜市搬遷到高雄光華夜市。

果圓有兩個較主要的經營理念，其中一個是老闆們希望經由這次創業過程，從中學習到一些經驗。第二個『天然』一是果圓經營理念的最大宗旨，老闆會產生這個理念的原因是，因為發現台灣很多飲料店可能為了講求好喝的口感或味道，而在飲品中添加大量的糖或加工品，但我們選的這家果汁店的理念在於讓消費者可以喝到純天然的果汁飲品，就如同在家製作果汁一樣真材實料。

舉例來說，像是台灣人最喜歡喝的珍珠奶茶裡面的珍珠，老闆們選擇親手製作麵團再揉成珍珠形狀，每天會有不同口味的珍珠，裡面的原料都是真正的水果打成汁後加入的，茶類方面，老闆選用台灣茶葉，不像有些店家為了降低成本而選擇價錢低廉的外國茶葉。

本店主打的飲品『果汁』，老闆堅持要用新鮮的水果，所以每天早上都會親自去果菜市場採購當天要用的水果，每次購買的量不會很多，是希望消費者可以

澀甜果實 圓夢踏實

喝到天然又新鮮的果汁，雖然這樣的購買方式會因為物價波動增加成本，但老闆為了秉持著天然的經營理念，所以一直持續堅持下去。

經營項目：

果園販賣項目分為五大項:新鮮水果、濃醇香拿鐵、茶香四溢、蝶豆花系列、果園特調。

新鮮水果		濃醇香拿鐵		茶香四溢		蝶豆花系列		果園特調	
☑ 火龍果香蕉牛奶	60	☑ 紅茶拿鐵	45	☑ 阿薩姆紅茶	25	☑ 蝶豆花檸檬冰茶	45	☑ 咖啡拿鐵	45
☑ 巧克力香蕉牛奶	60	☑ 綠茶拿鐵	45	☑ 茉莉綠茶	25	☑ 蝶豆花榛果鮮奶茶	55	☑ 玫瑰鹽紅/青拿鐵	50
☑ 木瓜牛奶	55	☑ 青茶拿鐵	45	☑ 文山青茶	30	☑ 蝶豆花玫瑰鮮奶茶	55	☑ 榛果咖啡拿鐵	50
☑ 檸檬芭樂多多	60	☑ 椰果紅/綠/青拿鐵	45	☑ 珍珠紅/綠/青	30	☑ 蝶豆花多多葡萄沙瓦	50	☑ 阿華田拿鐵	55
☑ 火龍果芭樂汁	55	☑ 珍珠紅/綠/青拿鐵	50	☑ 椰果紅/綠/青	35	☑ 蝶豆花多多蜜桃沙瓦	50	☑ 可可拿鐵	55
☑ 檸檬芭樂汁	50	☑ 布丁紅/綠/青拿鐵	50	☑ 檸檬紅/綠/青	45	☑ 蝶豆花多多蘋果沙瓦	50	☑ 抹茶拿鐵	55
☑ 百香果多多	55	☑ 榛果紅/綠/青拿鐵	50	☑ 多多綠/青	45			☑ 蜂蜜鮮奶	60
☑ 檸檬多多	55	☑ 焦糖紅/綠/青拿鐵	50	☑ 百香果紅/綠/青	50				
☑ 蜂蜜檸檬	50	☑ 玫瑰紅/綠/青拿鐵	50						
☑ 檸檬水	15	☑ 蜂蜜紅/綠/青拿鐵	50						

(↑上圖為果園的菜單)

下列為果園熱銷商品實體照:

【新鮮果汁】



每日採買市場親自挑選的火龍果及香蕉加入光潔鮮奶調配為漸層設計，以鮮奶的白為基底，加上顏色為紅紫色的紅龍果果汁，配香莖混合打果汁，搖身一變為健康又夢幻的桃紅色果汁牛奶。

火龍果香蕉牛奶



每日採買市場親自挑選的芭樂，經過游來極細現採直接檸檬，搭配多調配，甜甜口感一喝難忘。

檸檬芭樂多多

(↑此商品為人氣 No1)

【蝶豆花系列】



選擇經SGS檢驗通過的蝶豆花，
搭配精選葡萄果醋，
再搭配多調製，利用蝶豆花
本身水溶性的藍色花青素，
以及在酸度不同的狀態下的
變色效果，酸甜口感，
挑戰你的味蕾，震撼你的視覺。

蝶豆花多多
葡萄沙瓦



選擇經SGS檢驗通過的蝶豆花，
搭配屏東檸檬園親採直送檸檬，
利用蝶豆花本身水溶性的
藍色花青素，以及在酸度不同
的狀態下的變色效果，
創造出有如夢幻般空及
北極極光的瑰麗飲品。

蝶豆花
檸檬冰茶



選擇經SGS檢驗通過的蝶豆花，
搭配精選蘋果醋，
再搭配多調製，利用蝶豆花
本身水溶性的藍色花青素，
以及在酸度不同的狀態下的
變色效果，酸甜口感，
挑戰你的味蕾，震撼你的視覺。

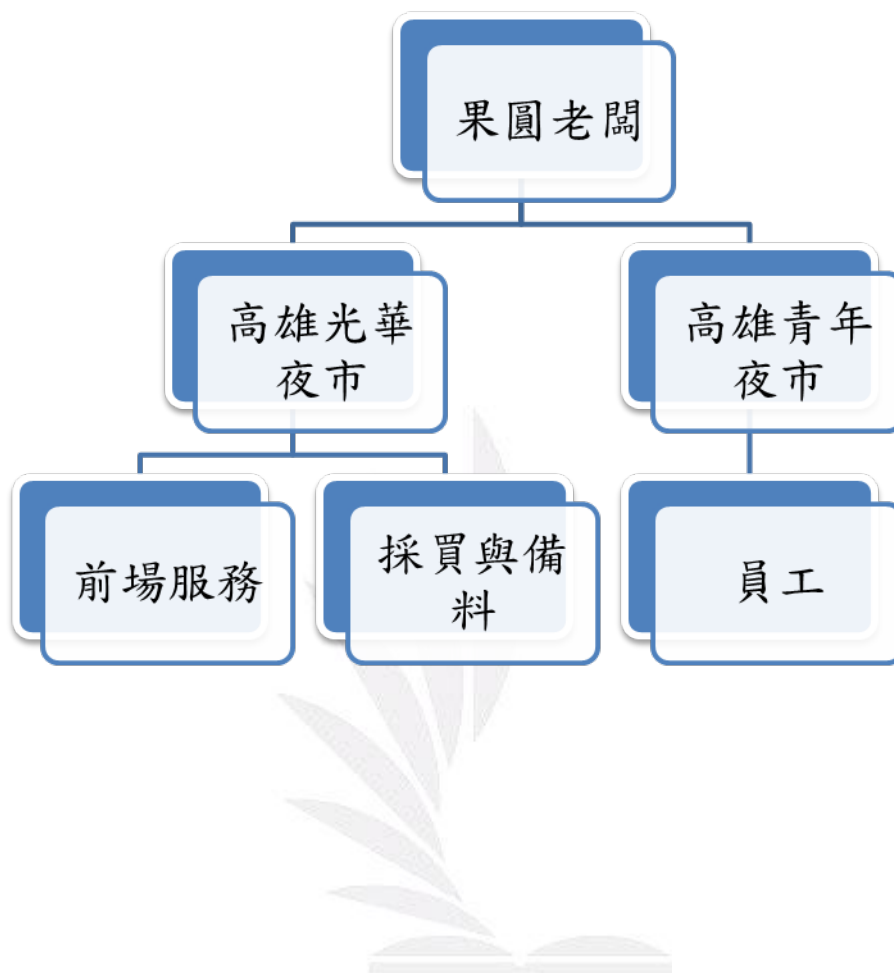
蝶豆花多多
蘋果沙瓦



精選玫瑰果露，
搭配經SGS檢驗通過的
蝶豆花茶，加入光泉鮮奶
調配為漸層設計，飲用前搖晃
即變成粉紅系的夢幻飲品。

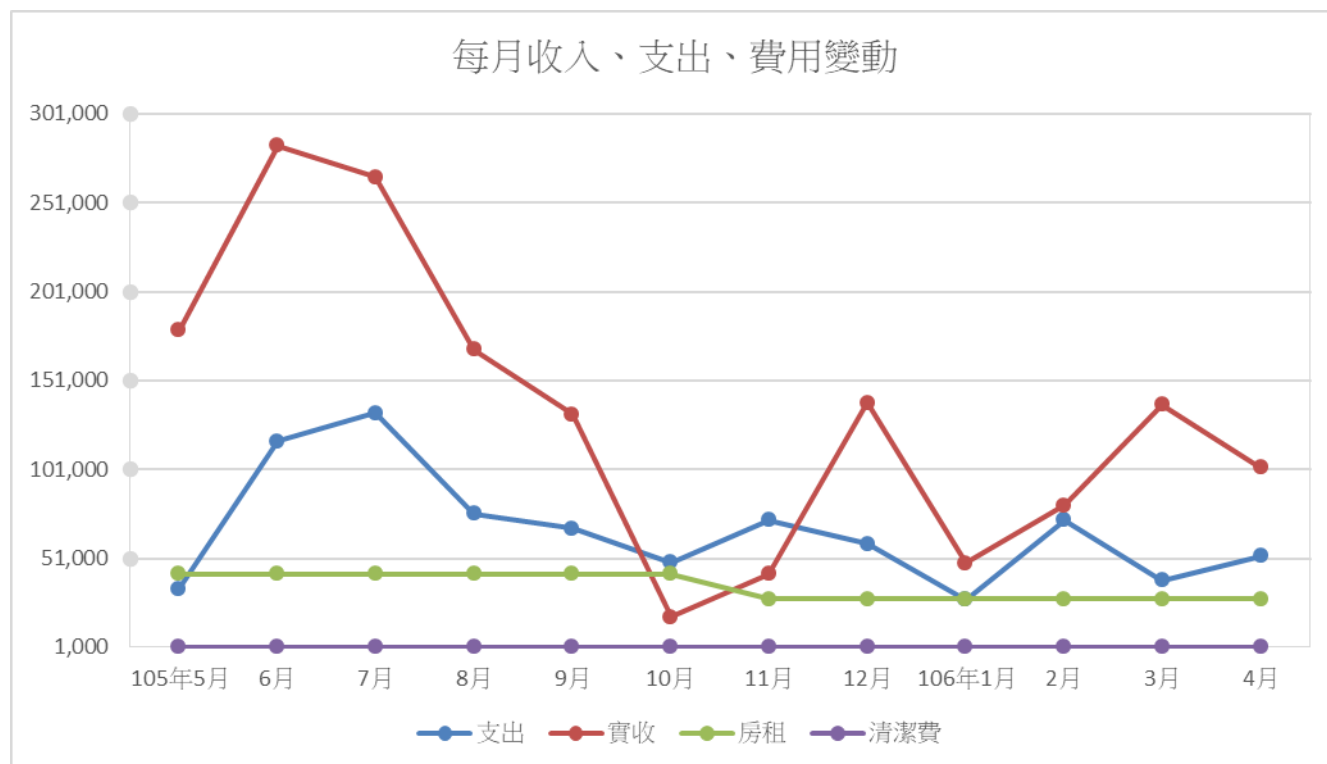
蝶豆花
玫瑰鮮奶茶

參、店家組織圖



Q4：遷到夜市外圍後，主要客源變成逢甲的學生，光寒暑假就有近4個月的淡季造成客源銳減。

- 遷到夜市外圍後，主要客源變成逢甲的學生，老闆反映撐不下去最大的問題就是寒暑假期間學生都回家了導致客人變很少，又面臨房東說要漲房租，最後決定搬回高雄，而高雄現在新租的店面附近有很多辦公大樓，因此較無寒暑假影響，希望能解決這個很大的問題。



【福星路遷至夜市外圍每月金額變動】

二、 內部控制

Q1：未有明確的職能分工

小組進行訪談時觀察到店家並未具備明確的職能分工，目前僅由三位合夥人間互相協調，以口頭傳達並分配大致工作內容，有盡到分工之名，未盡到分工之實，並非像審計學內部控制章節中縝密的分工，例如將一筆交易分成三項職能，店家目前積極展店中，如此不完善之職能分工將增加員工利用職務之便犯罪之可能性。

- 由於店家的人力不足，因此只能採用最簡易的職能分工，以將一筆交易分成三項職能作為原則，分工如下：

老闆：負責現金控管和交易之核准

弟弟：採購付款、銷貨收款交易產生時將發生的交易依單據金額入帳

朋友：類似於倉管，負責庫存的控制和保管，當未達安全庫存時須通知老闆採購原料。

透過簡易職能分工，有效避免員工利用職務之便犯罪並隱匿。

Q2：採購及付款循環內並無留下完整的單據

以 ERP 及審計觀點出發，應該要留有請購單、採購單、驗收報告及供應商發票等單據，以建立良好的內控環境。經由實地訪談後，發現老闆平時僅以電話口頭方式和供應商叫貨，留存單據中僅有供應商所開立的發票一張，也只保存兩個月的時間。對於目前已有設立分店且積極拓店的老闆而言，沒有留下單據並依授權的權限核准，不僅會增加存貨及成本上控管的難度，甚至可能造成計算錯誤或舞弊的行為。

- 老闆經過上學期與我們相互討論後，決定在高雄新店面開始導入 POS 機來幫助了解那些品項較熱門、人潮分布在那些時段等銷貨方面的分析。在銷貨付款方面已有重大改善，避免像以往只用紙本記錄易有疏漏的情形。至於採購及付款循環方面，目前已開始透過 POS 機管理進貨項目，雖處於適應階段，長遠目標仍希望透過 POS 機協助控管進貨流程，以確保存貨狀況及符合審計流程，避免錯誤與舞弊的行為產生。

三、 無有效控管營運狀況的系統

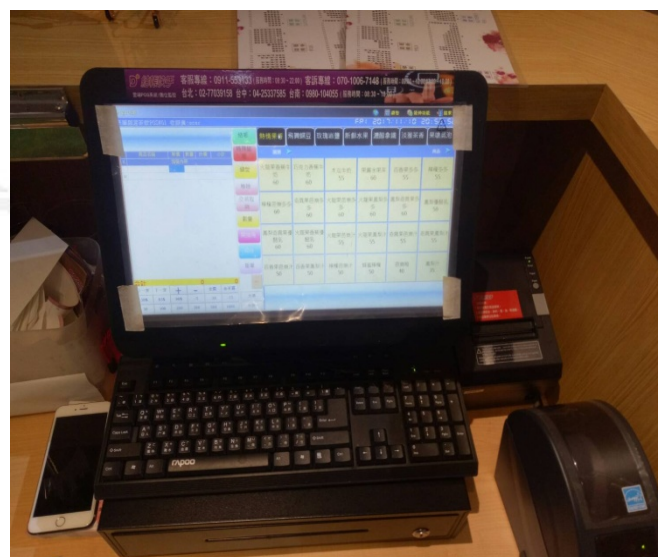
Q1：店內現在只用紙筆簡單的記錄每筆銷售交易情形以及與廠商的訂單來看出大概的銷售狀況，並沒有可以有效控管進貨、銷貨、存貨及採購的工具，藉以得知各種原物料的消耗及剩餘存貨是否對等，進而無法正確分析成本與收入的關係，目前店家已有分店且有要繼續拓店發展的意願，若未來擴大經營，將不能精準掌控分店營運狀況。

● 經過我們的分析與建議下，店家願意嘗試導入 POS 系統，在銷售商品時能迅速且精確地計算商品貨款，同時分門別類讀取與收集各種銷售、進貨、庫存等數據變化的情形，並通過網路和電腦系統傳送至總部進行分析，形成銷售資訊，提供經營階層做為決策的依據。

因為能夠充分掌握暢銷品，所以可儘早進貨，避免賣場缺貨的情況。而對於滯銷品，則減少進貨以降低倉庫存貨成本。透過時段分析了解銷售狀況可以調整各時段的人力或變更營業時間。精準掌控分店的營運狀況同時也提高經營效率。此外，還可有效避免收銀員的舞弊行為。



【店家僅用紙筆記錄每筆銷售交易情形】



【POS 機系統】

伍、店家分析

一、五力分析

1. 供應商的議價能力：

供方主要通過其提高投入要素價格與降低單位價值質量的能力，來影響行業中現有企業的盈利能力與產品競爭力。供方力量的強弱主要取決於他們所提供給買主的何種投入要素，當供方所提供的投入要素其價值構成了買主產品總成本的較大比例、對買主產品生產過程非常重要、或者嚴重影響買主產品的質量時，供方對於買主的潛在討價還價力量就大大增強。這方面也是果園最頭痛的地方主要在於他們沒有固定的水果供應商提供穩定的價格和產量，加上飲料菜單不會隨著季節而作調整，因此只要是過季的水果價格就會居高不下。甚至造成成本價及是售價這種損益兩平的狀況。

2. 購買者議價能力：

購買者主要通過其壓價與要求提供較高的產品或服務質量的能力，來影響行業中現有企業的盈利能力。由於果園為了保持產品的新鮮度每次進貨的量皆不多，因此沒有較強的討價還價能力。相對進貨成本也較高。

3. 新進入者的威脅：

光華夜市一直是飲料店的一級戰區，各品牌飲料爭相進駐，價錢從低到高皆有，而未來新飲料店的進駐將發生市場份額的競爭，最終導致盈利水平降低，嚴重的話還有可能危及生存。而威脅的嚴重程度取決於兩方面的因素，就是進入新領域的障礙大小與預期現有企業對於進入者的反應情況。剛好飲料業的進入門檻極低。所以時時創新以及創造自己的品牌價值是非常重要的，以防被新進競爭者淘汰。

4. 替代品的威脅：

在替代品的威脅我們把他分成兩類，茶類飲料以及果汁系列，本身的茶葉飲料並沒有什麼突出的點因此在市場上及容易被取代。

而他們所主打的果汁系列就相當有優勢強調新鮮以及果汁的份量比其他競爭者還多成為其不可替代的優勢。

5. 同業競爭者的競爭程度：

飲料業進入障礙較低，勢均力敵競爭對手較多，競爭參與者範圍廣泛；市場趨於成熟，產品需求增長緩慢；競爭者企圖採用降價等手段促銷；競爭者提供幾乎相同的產品或服務。從這些點可知道飲料業的競爭非常激烈，透過行銷策略及研發新產品或特殊口感成為當前要解決的現況。

二、行銷 4P

產品 Product

在飲料方面，果圓堅持使用現批水果和手作珍珠來吸引客人。而且堅持手作和新鲜水果能使消費者安心。不過果圓的飲料以冷飲居多，希望可以多賣些副食品或是推出熱飲。

價格 Price

果圓的價位或許較高，但是他們會推出不同口味的手作珍珠來吸引客人，再加上這些珍珠是限量的更能讓顧客群增加。而且他們也以買五送一的行銷方式來增加購買量。

促銷 Promotion

透過 Facebook 粉絲專頁和 Line 的官方帳號來行銷與宣傳活動。在購買前可以先打卡之後享受優惠。在粉絲專頁上也可以和客人互動了解需求以拉近客人的距離。

通路 Place

果圓分別在高雄的青年夜市與光華二路上，兩處的共通點皆是位於人潮眾多的地段。以光華店為例子，光華二路上有很多餐廳和學校可以帶來可觀收益。至於夜市方面，有些人喜歡買杯飲料一邊逛夜市一邊喝。



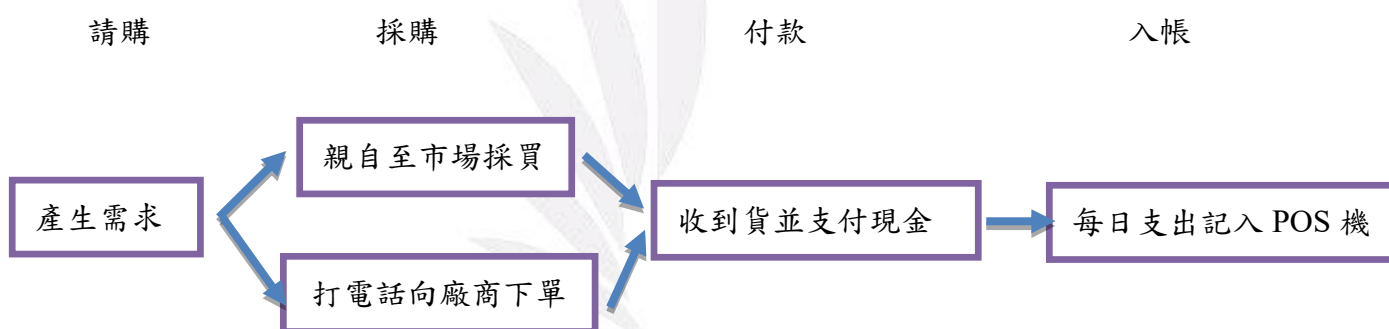
三、 八大循環

1. 銷貨收款循環



- 客戶親自到店或事先電話預訂點餐，店員將訂單輸入至 POS 機，機台列印出單筆飲品資訊，系統自動統計各種飲品的銷量，飲料製作完成後，將飲品交給顧客，並收取現金。

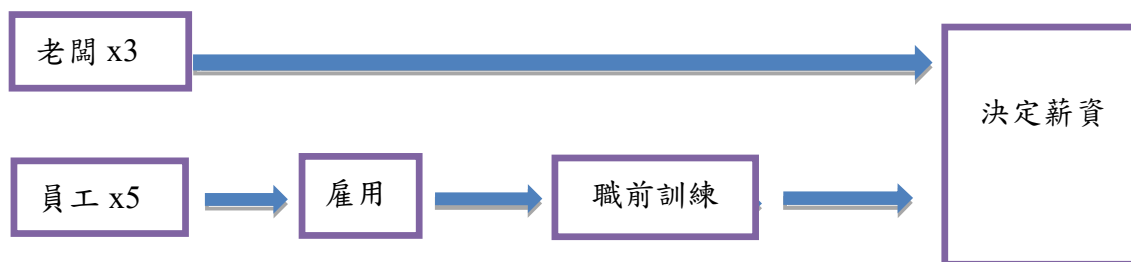
2. 進貨付款循環



- 水果部分，依據每日原料剩餘量，決定是否進貨，並於隔天早上至市場採買原料。採購當下收到所需原料後給付現金，並將當日支出記入 POS 機中。

其他原料如牛奶、茶葉、杯子等，定期向固定廠商以電話方式下單，待廠商將貨品送達並親點驗收後，以現金支付貨款，並將進貨單據輸入至 POS 機裡。

3. 薪工循環

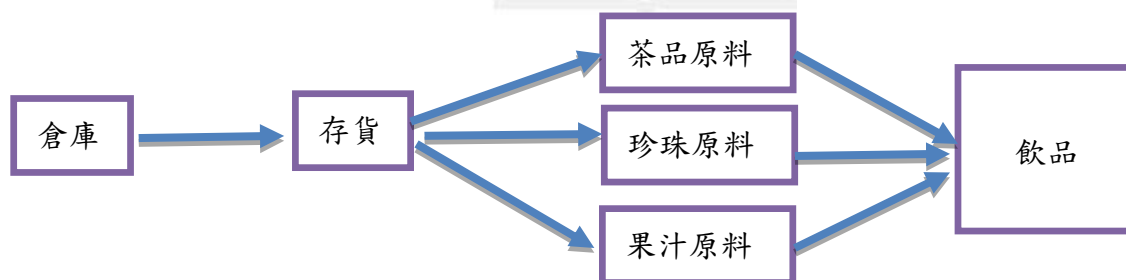


- 一開始還在福星路上的時候有僱用員工，所以薪資分為兩類，僱用員工後先讓員工背菜單跟製作方式，正式上班後會陸陸續續教導員工如何製作飲料，工讀生的工資以時薪 133 元計算，而老闆薪資一開始初期是以工作時數分盈餘，後來由當月盈餘直接平分。



- 搬到夜市外圍與搬遷回高雄後，地點都不在中心，工作量還可以所以就暫時沒有僱用員工，薪工循環裡只有老闆的薪資，他們把每日的收入先存入銀行存款，月底再用盈餘去平分。

4. 生產循環



- 由進貨循環購買水果原料存放在倉庫變成存貨，存貨在分為三類，一類是果汁原料，一類是珍珠原料，另一類則是茶品原料，珍珠製成後可以搭配果汁或茶品做成各式各樣的飲品。

5. 固定資產循環

- 包含了果汁機、包膜機、POS 機、店內的桌椅等等，皆為可供店家長期使用的固定資產。

6. 融資循環

- 店家目前並沒有做這部分的交易，資金來源皆為老闆們的自有資產。

7. 投資循環

- 店家目前並沒有做這部分的交易，若將來穩定擴大經營才會考慮投資。

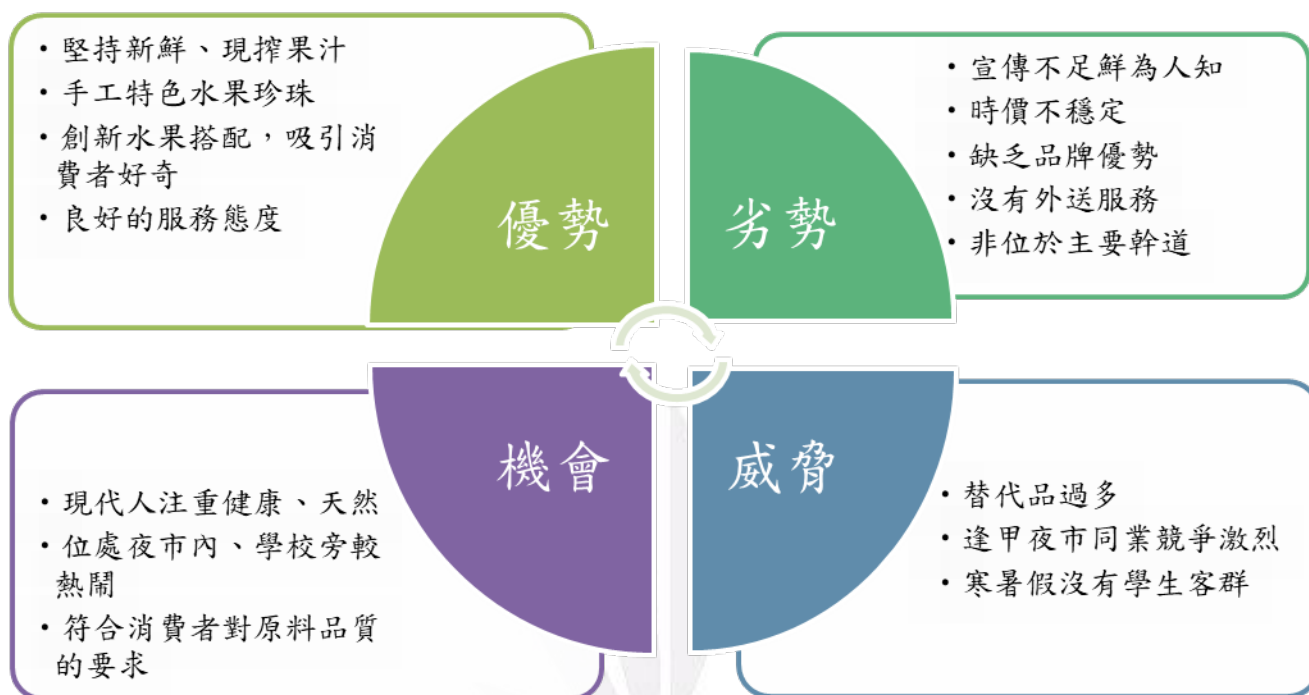
8. 研發循環

- 店內的各項飲品、餐點皆為老闆自己的創作，老闆嘗試研發新口味，透過不同水果的搭配產生新的口感，也研發各種口味的手工珍珠，期望做出果圓獨有的特色商品。

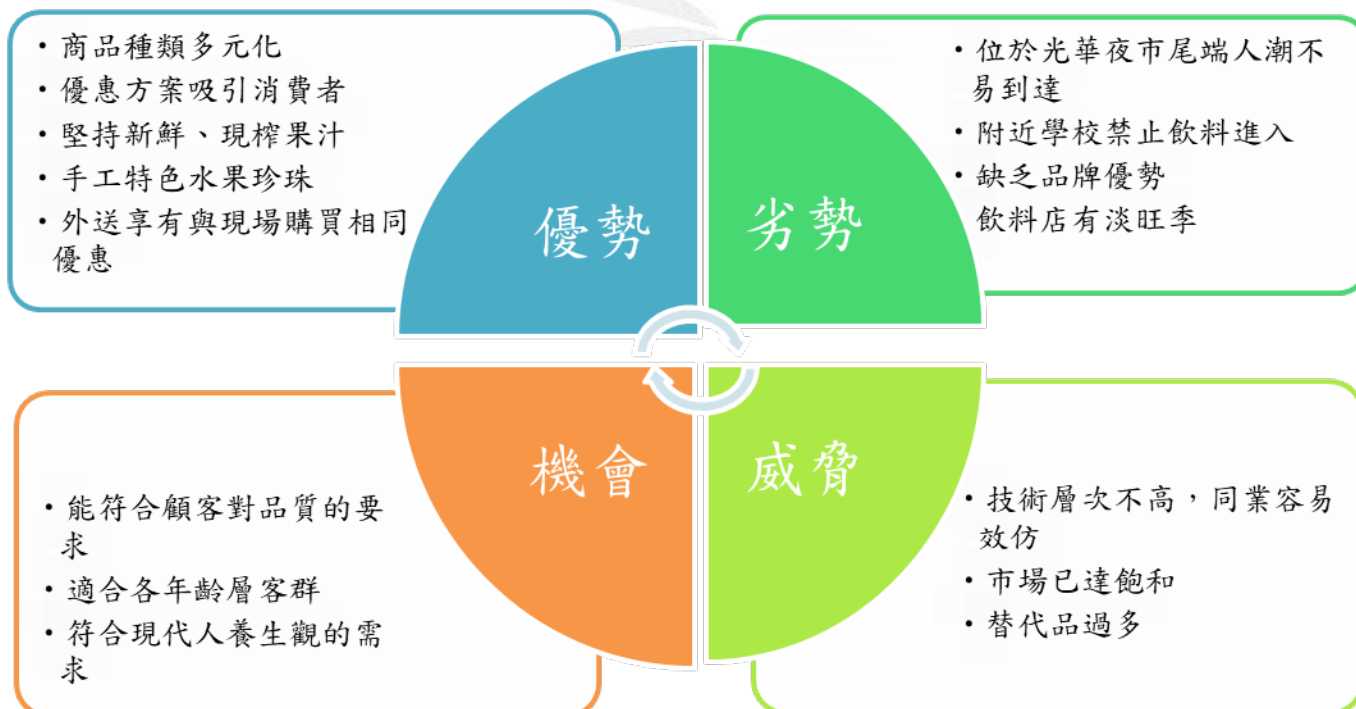


四、SWOT

※舊店(逢甲夜市)



※新店(高雄光華夜市)



陸、SWOT 解決策略

以下針對 SWOT 分析中，店家所處在的劣勢與威脅中，提出相關的解決方案：

一. 供應商不穩定

在逢甲店時，沒有固定的水果原料供應商，造成進貨成本價格隨市價波動大，獲利不穩定，因此我們建議可以找固定且有品質保證的供應商合作，不僅可以使進貨成本穩定，透過長期合作也可以壓低價格。

二. 淡旺季衝擊

由於主要商品為果汁，不是當季的水果價格會很高、品質也不佳，產生成本高利潤低的狀況，因此我們建議可以將部分商品設計成季節限定，一方面維持冬夏兩季獲利的穩定，一方面吸引消費者的目光，在冬天可以推出熱花茶系列，降低飲料店淡旺季的衝擊。

三. 沒有外送服務

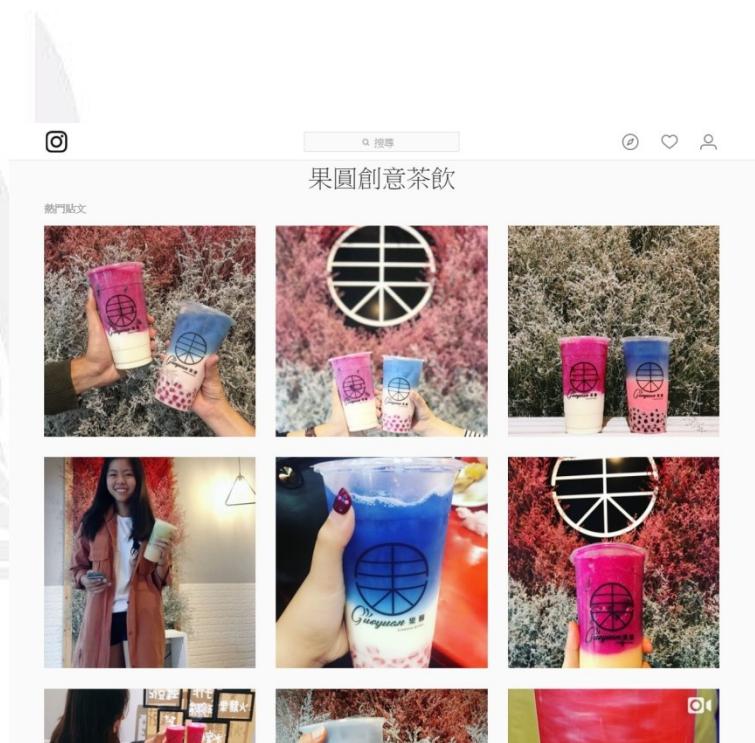
在逢甲店客群主要是逛夜市的人潮，大多是現場等待客人，因此沒有打算提供外送服務，但是也造成在寒暑假或是段考週時沒有觀光客或學生，沒有較遠市場可以支持營業額，缺乏潛在客源；高雄店經過我們的建議之下推出了外送服務，也請朋友來幫忙外送，不但可以解除市場狹小的劣勢，也透過外送同享優惠的宣傳同時增加知名度。

四. 宣傳行銷方面不足

(1) IG、FB 粉絲專頁 # 飲料網美照

IG、FB 是現在餐飲業非常盛行的行銷手法，剛好老闆也要搬遷回高雄，當初在設計高雄新店面時我們建議他可以設立一道網美牆，不只讓店面看起來更美觀，也希望透過親自來店面消費的消費者打卡 PO 文，藉此能吸引更多的客源來消費！

- 後續追蹤：



(2) 外送服務

高雄的新店面位於光華夜市的尾端，通常觀光客很少走到那再加上高雄腹地大，希望能透過外送增加客源，不局限於店附近的人，讓無法親自前往店裡的客人也能品嚐到！

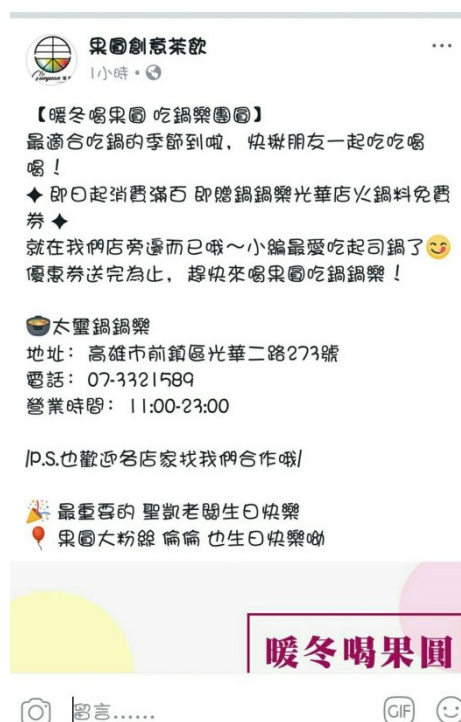
● 後續追蹤：



(3) 與附近店家合作推出飲品折價券或優惠

因為剛搬來高雄店面不久，所以還沒有穩定的客源。希望透過找附近的便當店，推出買便當就送折價卷的活動，藉此增加店面的曝光度。

● 後續追蹤：



(4) Line 官方帳號

設 Line 的官方帳號，一是可以每天開店前傳達今天有的促銷活動，以及今日珍珠的口味，二則可以讓大量訂購的消費者不用再透過電話一一傳達想訂的飲料品項，也避免接收錯誤的訊息，而做錯飲料！

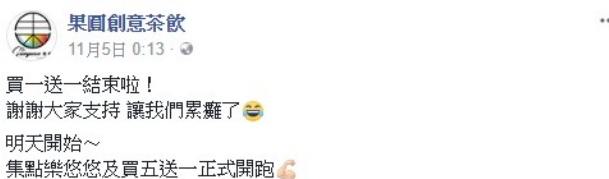
- 後續追蹤：



(5) 集點活動

建議老闆可以採取集點送飲品活動，希望能間接促進消費者再度光臨的慾望並提升銷售量！

- 後續追蹤：



(6) 寫出供應商

因為食安問題越來越多，所以大家也越來越注重食材的真實性，我們建議老闆可以在櫃台標示出飲品原料的出處，讓消費者可以更安心食用！

(7) 與醫院裡的護士醫生們合作

因為高雄新店附近剛好有一家醫院，護士跟醫生們很常因為沒時間吃飯就隨手或外訂買了杯飲料來解決一餐，剛好果圓主打果汁類飲品，也較有飽足感又不會那麼不健康，還能補充一些營養分！

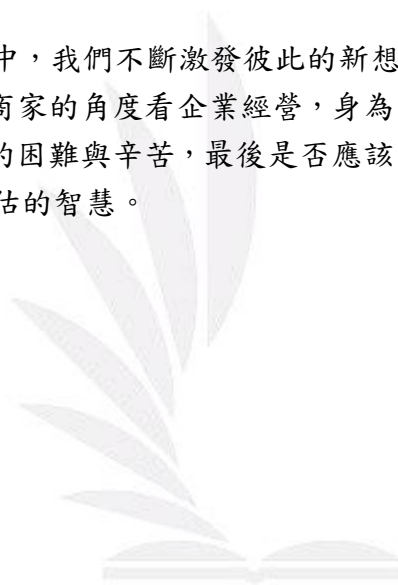


柒、結論

藉由這次的報告我們深入探討了一個商業經營所需要的面對的問題以及挑戰，不是有好的品質、有良心的企業就會有客人，要如何適度的宣傳行銷、合理的降低成本增加收入，是我們這次報告所探討的重點。

我們從成本面、行銷面、資訊系統面來給予適當的建議與改良，經過一系列的協助，店家從手工記帳到成功導入 POS 機並且順利地運用，除了可以更精確地了解成本的來源與分配，更增加內部控制與稽核的績效；另外，透過季節限定與尋找固定供應商來降低成本，不但不會降低品質保證也可以吸引消費者的目光，一舉兩得。

在整個參訪的過程當中，我們不斷激發彼此的新想法，透過詢問、討論及建議的過程中，我學會站在商家的角度看企業經營，身為消費者總是希望有品質又便宜，我瞭解要同時兼顧的困難與辛苦，最後是否應該導入會計相關資訊系統的權衡，也是企業家所需評估的智慧。



參考文獻

1. 從果圓 FACEBOOK 粉絲專頁中，可以獲得資訊
(<https://www.facebook.com/guoyuantea.kh/>)
2. 從果圓 INSTGRAM 專頁中，可以獲得資訊
(<https://www.instagram.com/explore/locations/932637166836537/>)
3. 果圓 LINE 官方帳號
4. 店家提供
5. 江美英、吳佩諭等(2011) 鼎新 Workflow ER GP 應用人才培訓系列財務模組應用篇(第一版) 出版地點：鼎新電腦股份有限公司。
6. 從智庫·百科網頁中，可以獲得 SWOT 的重要資訊
(<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/SWOT%E5%88%86%E6%9E%90%E6%A8%A1%E5%9E%8B>)
7. 從元培醫事科技大學 企業管理系畢業專題論文中，可以獲得行銷 4P 的重要資訊
([http://ir.lib.ypu.edu.tw/bitstream/310904600Q/10895/2/21++%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E5%B7%A5%E5%85%B7%E5%B0%8D%E9%A1%A7%E5%A%E2%E6%BB%BF%E6%84%8F%E5%BA%A6%E8%88%87%E5%BF%A0%E8%AA%A0%E5%BA%A6%E7%9A%84%E5%BD%B1%E9%9F%BF-%E4%BB%A5%E4%BA%94%E5%8D%81%E5%B5%90%E7%82%BA%E4%BE%8B\(The+Influence+of+marketing+mix+strategies+and+experiential+marketing+tool+to+customer+satisfaction+and+loyalty+-A+Case+Study+of+Soft+drink+store+50lan\).pdf](http://ir.lib.ypu.edu.tw/bitstream/310904600Q/10895/2/21++%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E5%B7%A5%E5%85%B7%E5%B0%8D%E9%A1%A7%E5%A%E2%E6%BB%BF%E6%84%8F%E5%BA%A6%E8%88%87%E5%BF%A0%E8%AA%A0%E5%BA%A6%E7%9A%84%E5%BD%B1%E9%9F%BF-%E4%BB%A5%E4%BA%94%E5%8D%81%E5%B5%90%E7%82%BA%E4%BE%8B(The+Influence+of+marketing+mix+strategies+and+experiential+marketing+tool+to+customer+satisfaction+and+loyalty+-A+Case+Study+of+Soft+drink+store+50lan).pdf))
8. 從新民高級中學告報中，可以獲得行銷 4P 的重要資訊
(<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2009/11/2009111310133053.pdf>)