

107 年度企業管理專題

主題：熊串串燒屋

指導老師：徐靜如 老師

組員：許瑞憲 顏鶴蓉 林乙萱 朱慧慈 謝皓亘 陳媛婷 王學聖

一、摘要

台灣擁有龐大的外食人口，品嚐美食已是生活中不可或缺的一部分，同時也是釋放壓力，以及進行社交活動或情感交流的重要管道。本團隊計畫創設「熊串串燒屋」，轉型以餐廳的模式經營。我們設定學生與上班族為本店目標客戶，採中價位之訂價策略，結合居酒屋的熱情以及具特色的創意料理，讓消費者於舒適的環境品嚐美味串燒。

二、研究動機

根據經濟部統計處的資料，我國隨著外食人口與觀光旅遊的增加，以及社群網路資訊擴散，帶動餐飲消費持續成長。

而交通部觀光局公布臺灣美食已成為國際旅客來台觀光的主要目的之一，顯示臺灣美食極具發展潛力，有鑑於此，行政院已將「美食國際化」列為十大重點服務發展項目之一，由此看出未來餐飲業有著龐大的商機與發展。

三、研究目的

在打工期間裡遇到很多人談論台灣不友善的工作環境，賺不到錢更存不到錢，一天工作超過 10 個小時一個月卻存不到 5000 元，拼死拼活卻還是擺脫不了窮忙族的命運，心想既然一樣付出勞力，工作為何不試著自己創業呢？

串燒的消費客群高，是吃巧不是吃飽、更多是一群朋友一起同樂，所以來消費的客人單次消費都很高，選購幾乎都是一大票，所以來客數不用多營業額乃可以

衝高，如果來客數不斷那營業額就可觀了。

本團隊規劃的經營模式，定價採中等價位，創意口味更可以吸引來自不同年齡層的消費者，打破以往消費者對燒烤的觀感。

四、研究架構

1. 創業機會與構想
2. 產品概述
3. 市場分析
4. 組織架構與經營團隊
5. 行銷策略
6. 營運計畫
7. 財務計畫
8. 結論

五、研究建議

本餐廳以店面銷售為主，以原有攤位累積之技術與客源為基礎，加上專為串燒屋設計的創意料理，順利建立起好口碑，早日達成損益兩平，並配合其活動需要，提供方便與美味的燒烤服務。

創業之路是很艱辛的，在這個求變得時代，「熊串」透過市場分析及線上市調網站，瞭解國人對燒烤品的喜好、衛生環境、對燒烤品的接受價格，並隨著時間不斷創新研發。

長期追求行銷通路多元化，並規畫開設分店，讓更多消費者享用到本店美味的串燒與熱情專業的服務。