



## 逢甲大學學生報告 ePaper

### 韓虎嘯與双十八木營運資訊系統分析與比較

Analysis and comparison of Han Huxiao and Shuangbaimu  
operation information system

作者：曾筠婷、吳宜薰、何胤綺、陳采青、李芳仔、李偲瑜

系級：企管三乙

學號：D1015582、D1179529、D1061022、D1061274、D1060982、  
D1061200

開課老師：陳建文

課程名稱：資訊管理系統

開課系所：企業管理學系

開課學年：112 學年度 第二學期

## 中文摘要

分析餐飲業及飲料業的現況，並以韓虎嘯和双十八木作為個案公司即比較公司進行分析和比較。首先，將簡要介紹兩家公司的背景。接著，將重點討論兩家公司的 POS 系統，包括其功能及使用方式。



**關鍵字：** POS 系統、iCHEF、麻吉 POS、韓虎嘯、双十八木

## **Abstract**

Analyze the current situation of the food and beverage industry, and compare and analyze the case companies, Tigerroar and Double 18 Tea. Firstly, briefly introduce the background of both companies. Then, focus on discussing the POS systems of the two companies, including their functionalities and usage methods



**Keyword** : POS systems 、iCHEF 、MACE POS 、Tigerroar 、Double 18 Te

## 目 錄

壹、研究動機與目的	5
貳、背景(基本)資料	
一、餐飲業現況	5
二、飲料業現況	7
參、公司介紹	
一、韓虎嘯 Jmall 店 (個案公司)	9
二、双十八木 台中逢甲門市 (比較公司)	12
肆、系統畫面與資料	
一、韓虎嘯點餐系統及畫面介紹	15
二、双十八木點餐系統及畫面介紹	39
伍、其他問題	
一、韓虎嘯	57
二、双十八木	57
陸、店家分析	
一、韓虎嘯	
1. 五力分析	58
2. STP 分析	60
3. 商業模式九宮格	61
4. SWOT 分析	63
5. 商品 ABC 分類	65
二、双十八木	
1. 五力分析	68
2. STP 分析	69
3. 商業模式九宮格	70

4. SWOT 分析	71
5. 商品 ABC 分類	72
柒、系統比較與執行成效	
一、資訊系統基本資料比較	74
二、資訊系統功能比較	75
三、執行成效	76
捌、經營策略與行銷策略比較	
一、經營策略比較	77
二、行銷策略比較	78
玖、建議	
一、對韓虎嘯的建議	79
二、對双十八木的建議	80
壹拾、結論	81
壹拾壹、心得	82
壹拾貳、工作分配	87
壹拾參、資料來源	87
壹拾肆、訪問照片	88

## 壹、研究動機與目的

飲食一直以來都是人們生活中不可或缺的一部分，現代人更加注重飲食品質和美味。為了提高餐廳和飲料店的經營效率，不少業者紛紛引進不同類型的點餐系統。本研究將以兩家知名餐飲業者，韓虎嘯 Jmall 店和双十八木逢甲店為研究對象，探討其點餐系統的特點、差異和優劣，以及分析其營運狀況和困境，旨在為提升餐飲業者的經營效能提供參考和建議。

韓虎嘯作為一家知名餐廳，位於市區及工業區交接區域，擁有獨特的餐飲特色和廣大的顧客群。然而，隨著近期景氣不佳和客流量下降等問題的出現，韓虎嘯面臨著營運困境，急需尋找提升業績和效率的解決方案。相對地，双十八木逢甲店作為一家飲料店，則位於觀光景點區域，但其經營情況和客流量卻與韓虎嘯存在著顯著差異，可能存在著不同的營運模式和策略。

本研究旨在比較分析韓虎嘯和双十八木逢甲店的營運資訊系統，深入探討其在餐飲業經營中的差異和優劣，並提出相應的改進建議，以期幫助韓虎嘯解決營運困境，提升競爭力和服務品質。

## 貳、背景（基本）資料

### 一、餐飲業現況

餐飲業是一個競爭激烈的產業，因為它具有低進入門檻、同質性高且容易模仿的特點。因此業者必須不斷創新，提供差異化的產品或提供良好的服務，才能吸引更多的消費者，建立市場區隔。在 2019 年底新冠疫情(COVID-19)的肆虐，造成餐飲業者極大的影響，因防疫政策的限制，內用服務受限制，消費者為防止被傳染也避免在外用餐。隨著 2022 年疫情趨緩後，各項政策取消，國內產業開始復甦，其中餐飲業的銷售額更是出現大幅度的成長。

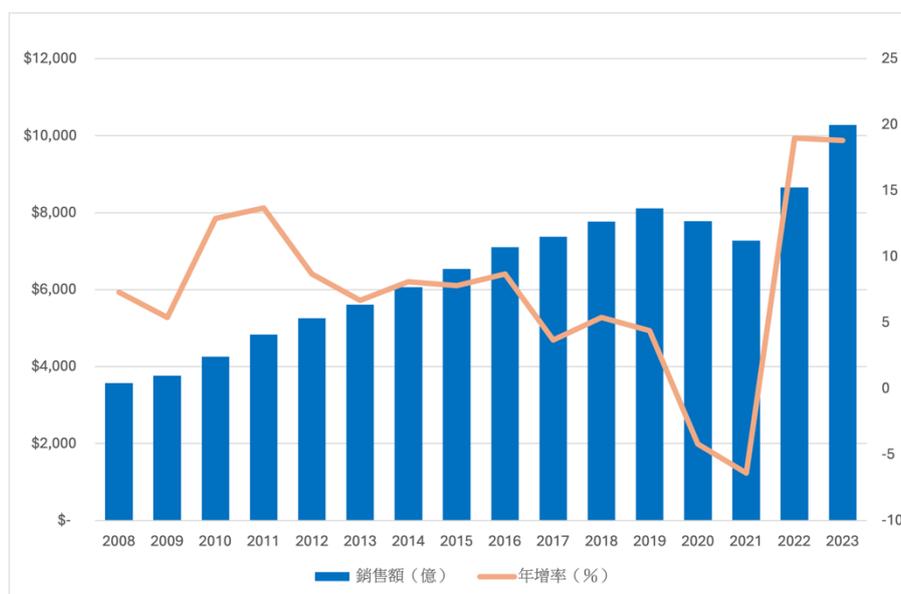


圖 1、餐飲業銷售額及年增率

目前的餐飲業已恢復成長，疫情因素早已不是經營上最主要的困境。根據以下的圖表，我們可以看出現今餐飲業除了食材成本波動大以外，在經營上遭遇的最大困境為「員工」。人力短缺的問題出現，由於人口結構日益趨向少子化，餐飲業作為人力密集型產業面臨著嚴峻挑戰。工時過長、薪酬不具吸引力的因素，使得許多從事餐飲業的人才紛紛轉向更具彈性的外送行業。這對餐飲業主帶來了招聘和人才留任的難題。同時，人力短缺也給現有從業人員帶來了極大壓力，他們必須承擔更大的工作量和更長的工時，進一步加速了人才流失的速度，使得餐飲業陷入了一個惡性循環的環境。

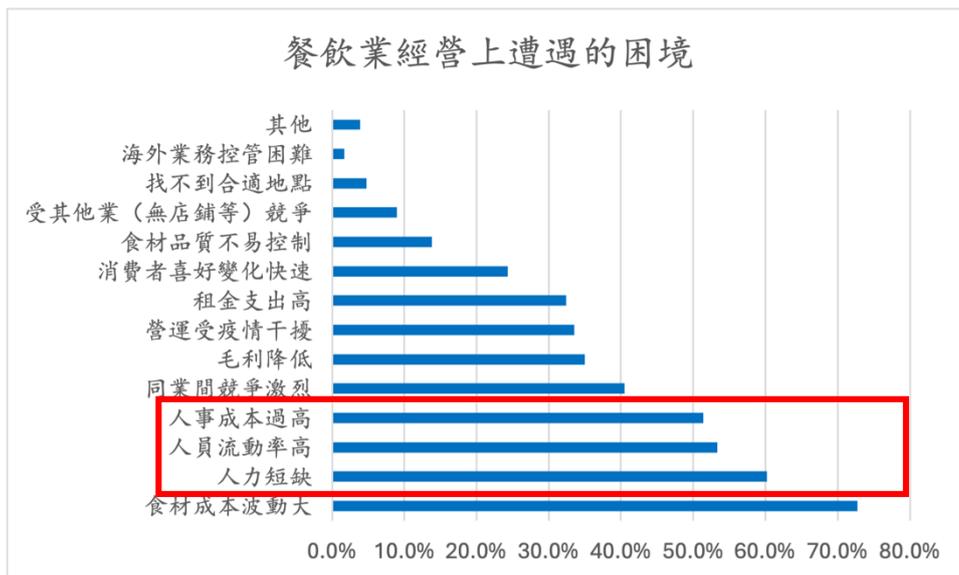


圖 2、餐飲業經營上遭遇的困境

## 二、飲料業現況

飲料業的進入門檻相對較低且加盟體系成熟，透過加盟模式，進入市場變得容易。不過根據財政部統計資料庫指出，飲料業從 2017 年起營利事業家數逐年增加，但在新冠疫情(COVID-19)的衝擊下，2020 年的營業額出現了大幅度地下滑。加盟店數量的持續增加，然而營業額卻減少，加劇了飲料業的競爭。

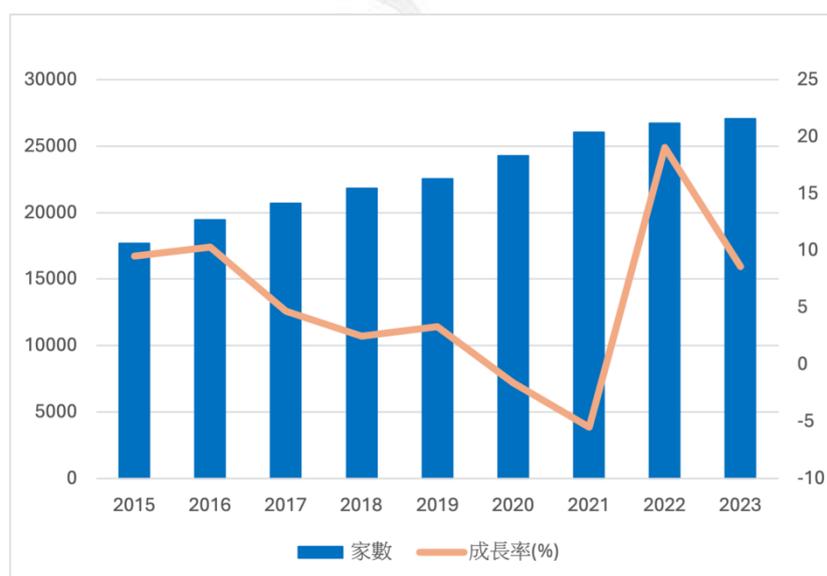


圖 3、飲料業的家數及營業額成長率

從經濟部統計處的資料指出，營業成本的上升是飲料業者面臨的主要問題

之一。近年來，基本工資上漲和國際原物料價格因新冠疫情及全球供應鏈斷鍊危機的因素不斷攀升導致了人力成本和食材通膨，加上設點多設於人潮眾多的位置，必須支付高昂的租金成本，使得營運成本居高不下。因此飲料業者在疫情期間紛紛調漲價格，降低成本負擔，但價格的上漲將使消費者卻步，進而降低獲利，導致業者深陷兩難局面。

在市場競爭激烈和疫情影響的雙重壓力下，為增加曝光並吸引潛在客源，飲料業者積極導入科技來簡化作業流程和拓展市場。此外，隨著消費者更傾向於無接觸消費模式，促使業者更願意導入多元支付管道及外送平台模式。

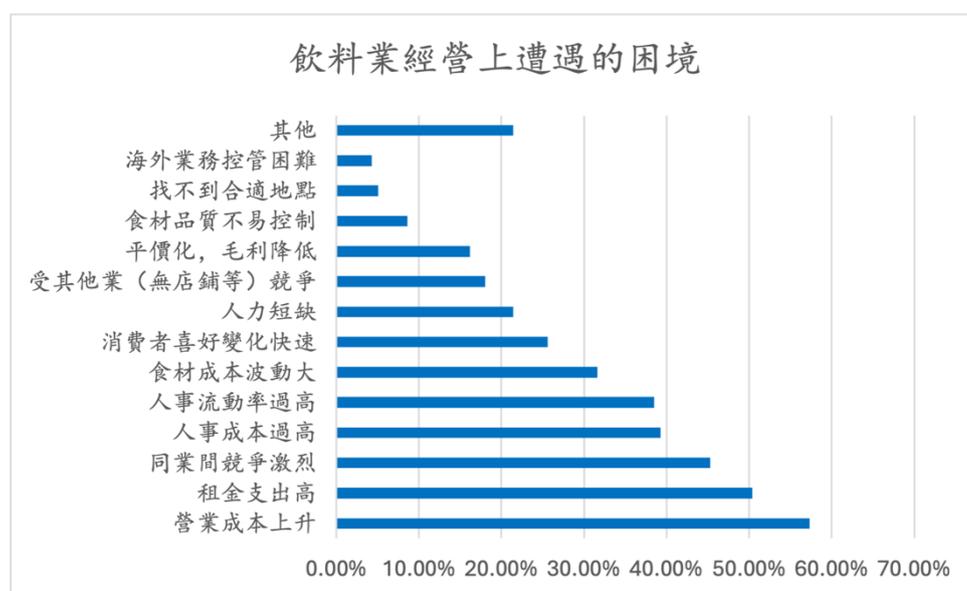


圖 4、飲料業經營上遭遇的困境

## 參、公司介紹

### 一、韓虎嘯 Jmall 店（個案公司）



圖 5、韓虎嘯 Logo

1. 地址：台中市西屯區台灣大道四段 1038 號 2F
2. 營業時間：11：00-21：30
3. 聯絡電話：04-24631698
4. 販售商品：主打道地韓式風味料理，引進多種經典韓式口味、特聘韓國專業廚藝團隊來台，採用韓國進口的原料及配方，並以健康、精緻的做法，提供顧客安全、美味的用心餐點。
5. 品牌故事：Tigerroar 韓虎嘯是一家獨具特色的韓國料理品牌，以老虎作為象徵性動物，融合傳統韓式料理，並以品牌化方式更貼近大眾。這家品牌於 2017 年創立了全新品牌「Tigerroar 韓虎嘯」，其名意味著「好吃到舔指呼嘯」。Tigerroar 韓虎嘯打破了傳統韓國餐廳的模式，積極聘請韓國廚藝團隊，共同研發結合傳統與創新的韓國年糕料理。為了向大眾宣傳品牌，他們邀請不同的韓國明星來台為新餐廳開幕造勢。在 Tigerroar 韓虎嘯的店內，到處都可以看到老虎的圖案，營造了獨特的氛圍和品牌形象。這家餐廳將傳統與創新相結合，致力於讓顧客享受地道美味的韓國料理，同時強調對

食材和環境的重視，讓消費者在品嚐美食的同時感受到樂趣與滿足。

6. 經營集團及理念：RH GROUP 作為領導韓虎嘯的集團，致力於開發國內餐飲市場、開拓國外餐飲及代品牌，其餐飲品牌追求卓越，給顧客歡樂且具幸福感的用餐體驗。且 RH GROUP 以穩健經營策略和以客為尊的經營理念為核心，並具市場需求與潮流趨勢的敏銳洞察力，以及勇於創新的事業格局實現「世界級品牌」之願景。未來將與美國、日本、泰國進行跨國合作，引進全球化經營管理思維，在拓展餐飲版圖外，更計畫多元發展其他領域，成為多角化經營的永續企業。

7. 人員架構：

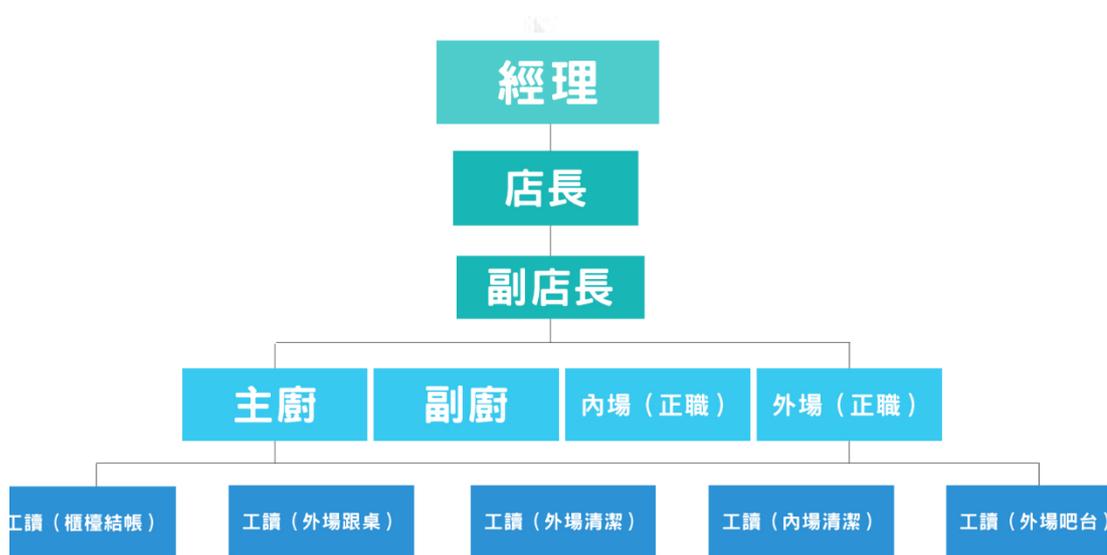


圖 6、韓虎嘯人員架構圖

8. 店內環境：韓虎嘯位於 Jmall 的二樓，店內乾淨明亮，位置不擁擠，總桌數為 25 桌。



圖 7、韓虎嘯內用環境圖

## 二、双十八木 台中逢甲門市（比較公司）



圖 8、双十八木 Logo

1. 地址：台中市西屯區福星路 345 號
2. 營業時間：10：00-23：00
3. 聯絡電話：04-24524838
4. 販售商品：双十八木為一家手搖飲料店，販售的飲品有茶類、厚奶類、拿鐵、水果類等，其中又以「新鮮果茶」、「綿密奶蓋茶」為主打系列飲品。
5. 品牌故事：「双十八木」2017 年初夏自台南起家，品牌名源自「茶」字拆解，憑著為「茶」的熱忱為消費者獻上滿分的品質與最棒的服務。品牌成立前，老闆走訪各大飲料店，發現台灣人的生活中最不可或缺的即是茶文化。品牌 Logo 則是老闆的三隻柴犬，各自代表不同的人氣飲品，分別是代表奶蓋的白柴暹暹、代表果汁系列的豆柴橘皮以及代表牛乳的黑柴格雷。
6. 理念：將「茶」字拆解為品牌名稱，期許品牌能更深入了解茶與生活文化的連結，專注提升茶的口感品質，帶給顧客最佳的生活特色飲品。品牌創立 3 年後以嚴格品質控管、食品安全、利潤的自營倉儲模式。堅持「最好的品質與服務」且不動時活動來回饋社會大眾，以品質優先，顧客至上為宗旨。
7. 人員架構：

## 雙十八木架構

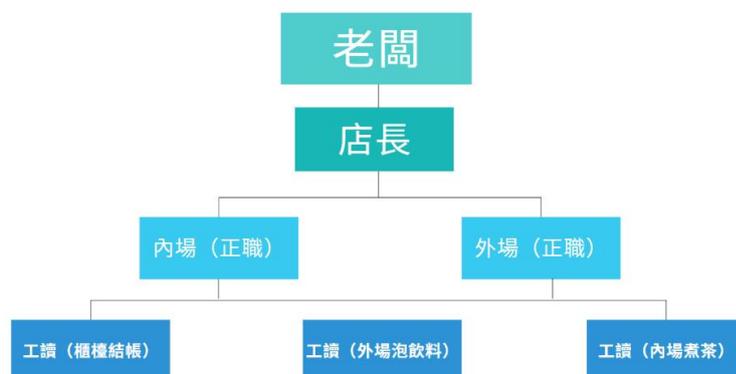


圖 9、雙十八木人員架構

8. 店內環境：分為結帳前台及飲料吧台





圖 10、双十八木店內環境照

肆、系統畫面與資料

一、韓虎嘯點餐系統及畫面介紹

1. 點餐系統介紹

使用軟體	iCHEF
開發公司	資廚管理顧問股份有限公司
作業系統	iOS
開發語言	前端 Apollo、後端 Python
已使用年限	4 年
價格	2,950 元/月
特色	協助內場和外場溝通、能夠依照使用者需求調整流程

表格 1、韓虎嘯點餐系統介紹

2. 韓虎嘯系統架構

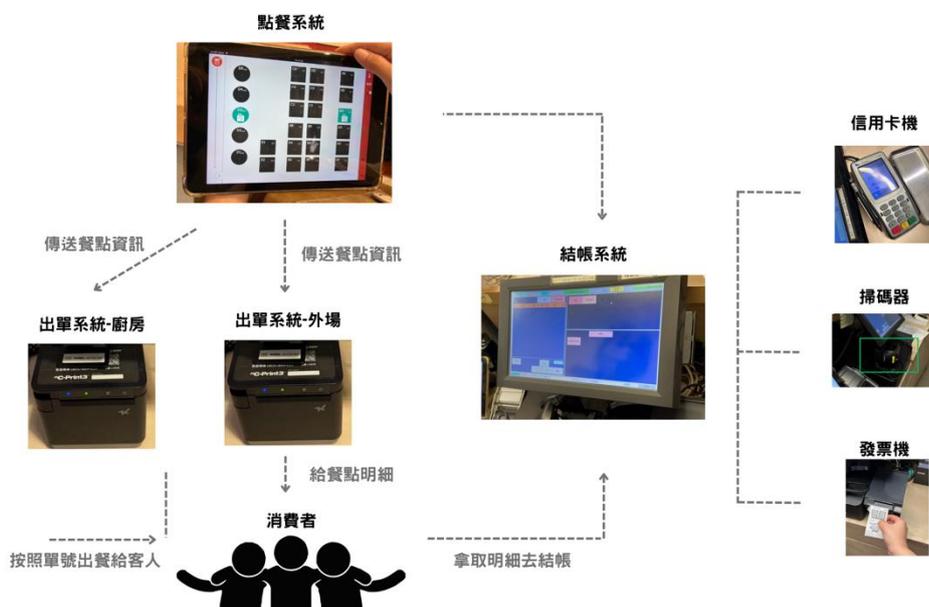


圖 11、韓虎嘯系統架構圖

3. POS 系統畫面

- 內用點餐

Step1. 選擇客人所坐的座位 (圖 12-1)

- 現場無法併桌，因此系統無併桌選項，若有兩桌客人要一起結帳，會先將

所有餐點 key 在同一桌，再另外在餐點備註欄上標明需要送至哪一桌，且內用最大掛單數為 25 組。

- 紅色桌代表客人來了，尚未點餐；綠色桌代表出餐完成，但尚未結帳。

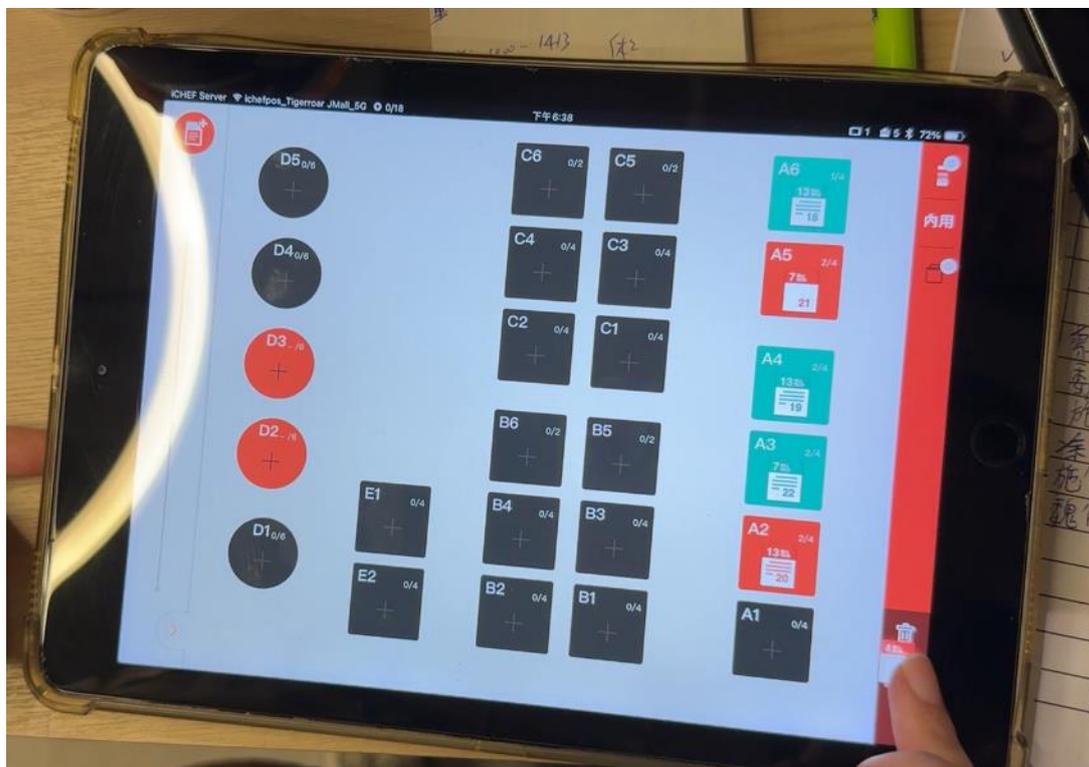


圖 12-1、內用點餐畫面-座位

## Step2. 選擇餐點

- 選擇完桌號會進入到以下畫面（圖 12-2），上方有一欄餐點分項，能讓負責點餐的人員更快速搜尋到餐點，點擊大分項後將會出現細項（圖 12-3、圖 12-4、圖 12-5），之後點擊餐點品項即可完成點餐。
- 內用需開啟服務費 10%的選項。

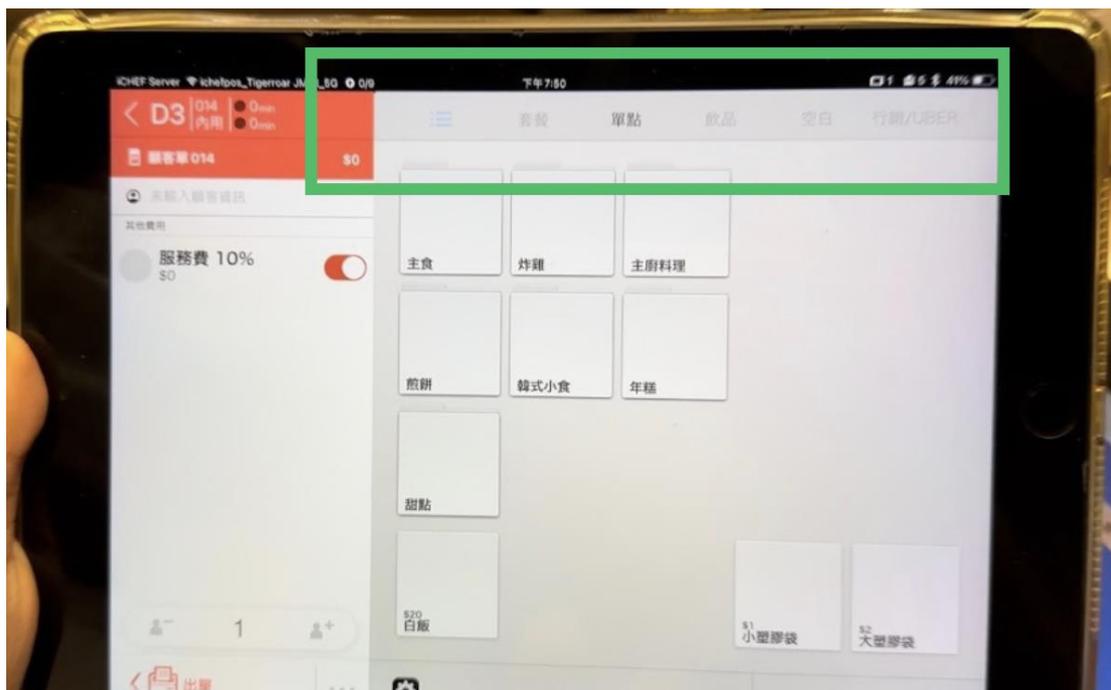


圖 12-2、內用點餐畫面



圖 12-3、內用點餐畫面-套餐細項

- 單點細項畫面 (圖12-4) ，點選右下角可加購塑膠袋。

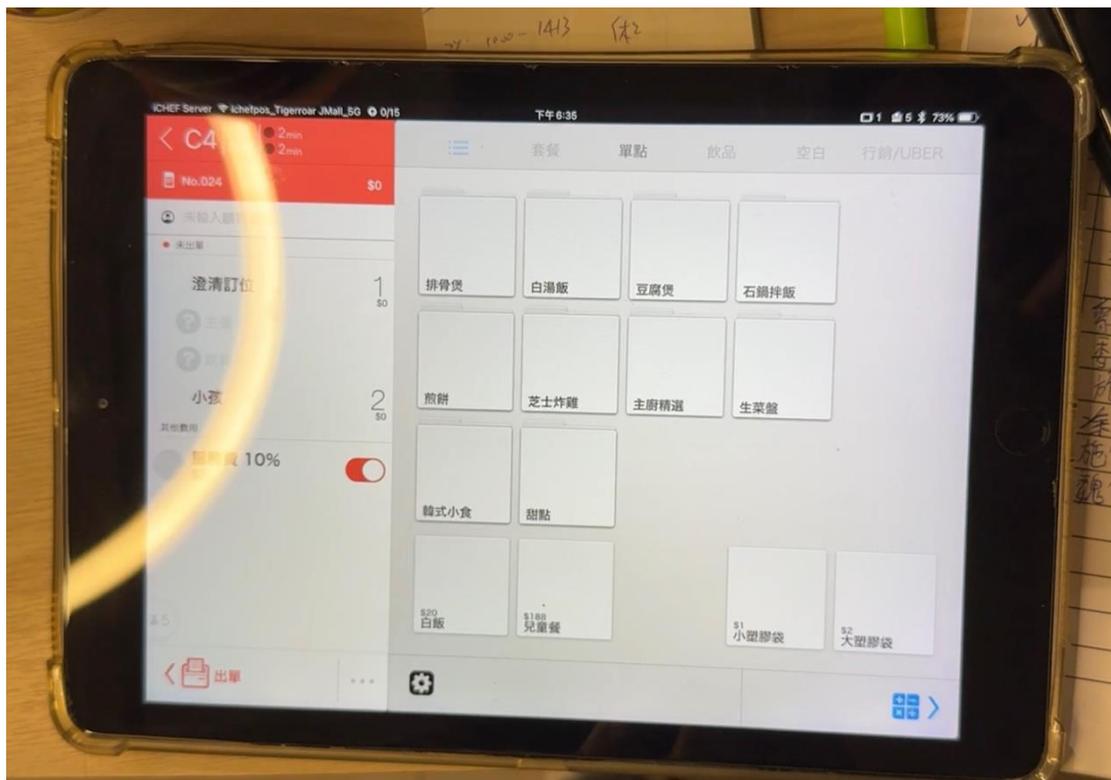


圖 12-4、內用點餐畫面-單點細項

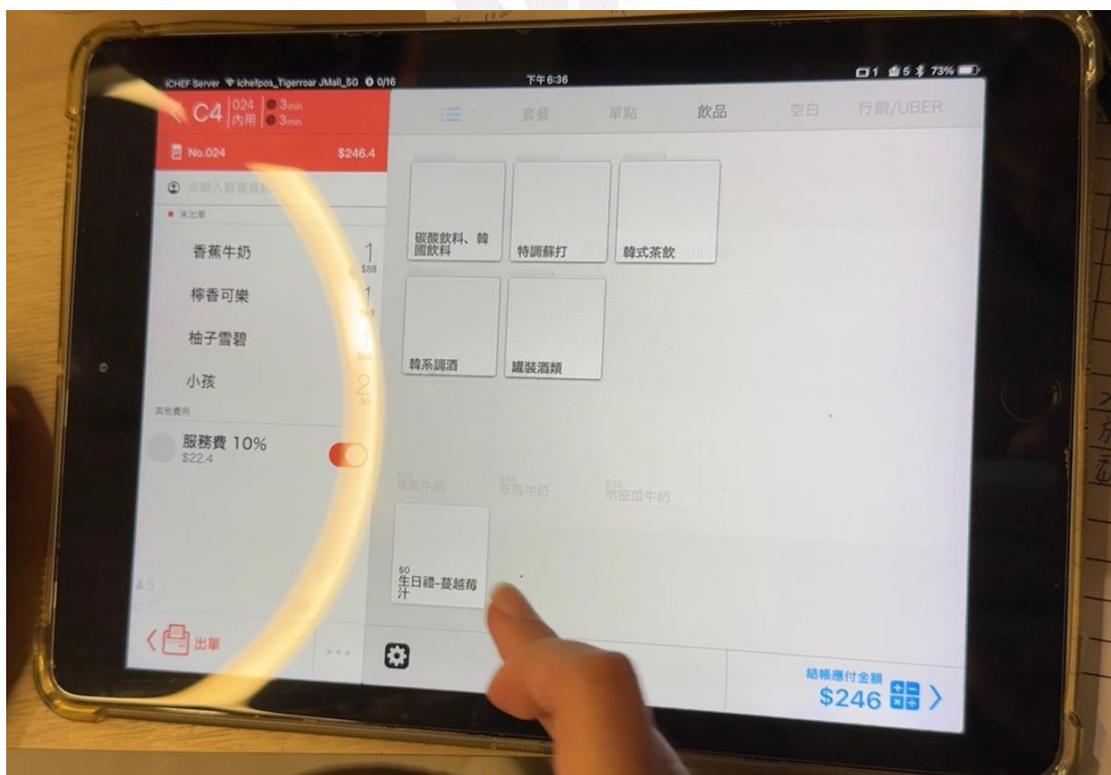


圖 12-5、內用點餐畫面-飲品細項

以內用一份雙人套餐為例，點餐步驟為「單點」-「雙人套餐」(圖 12-6)。

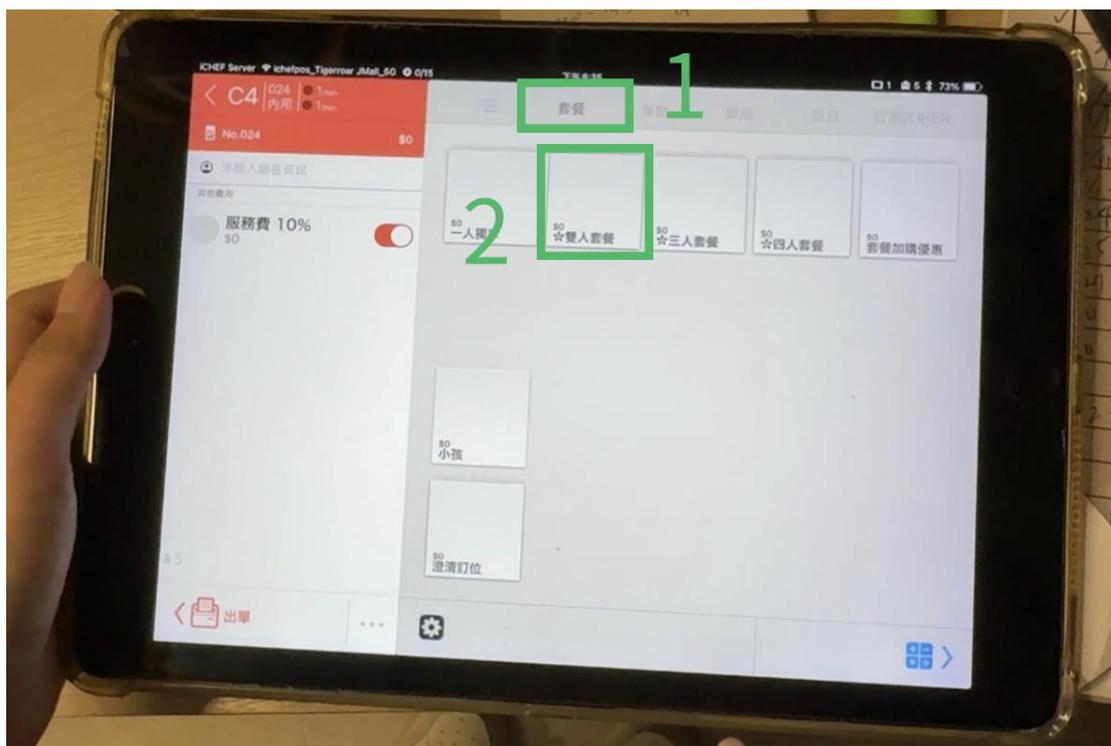


圖 12-6、內用點餐範例-雙人套餐

點擊「雙人套餐」後會出現左邊的選單，而雙人套餐的固定內容包含：一份馬鈴薯排骨煲、一份石鍋/豆腐煲、一份煎餅、兩杯飲料。

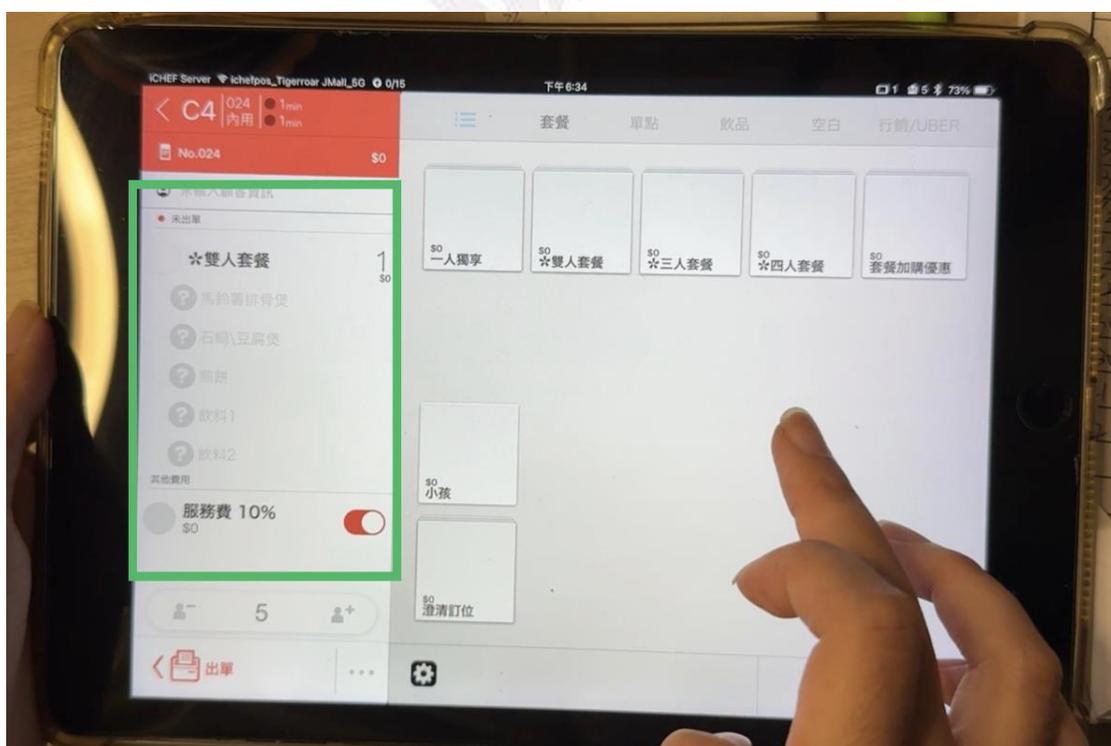


圖 12-7、內用點餐範例-雙人套餐

點擊左選單「馬鈴薯排骨煲」，會出現右邊的選單，可以選擇品項，包含中份、大份、是否添加肉品。

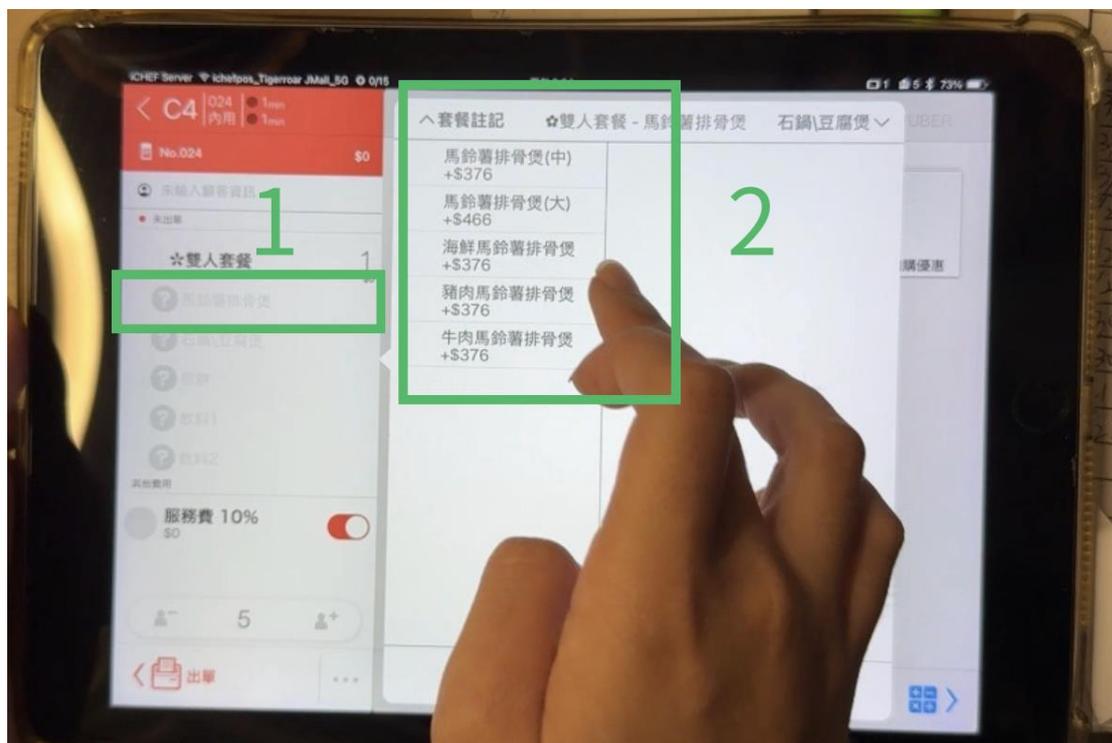


圖 12-8、內用點餐範例-雙人套餐之馬鈴薯排骨煲

選擇馬鈴薯排骨煲（中），選擇好的餐點會在左選單中以較深的顏色顯示。

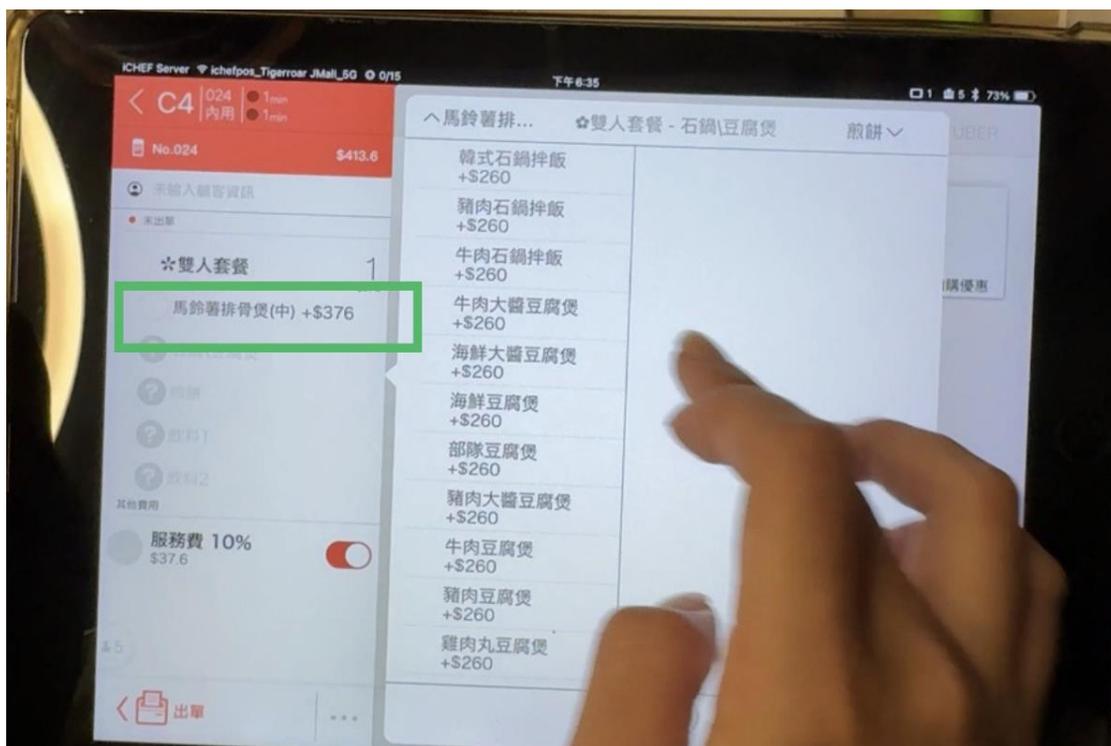


圖 12-9、內用點餐範例-雙人套餐之馬鈴薯排骨煲

點擊左選單「石鍋/豆腐煲」，會出現右邊的選單，可選擇石鍋或豆腐煲的口味。

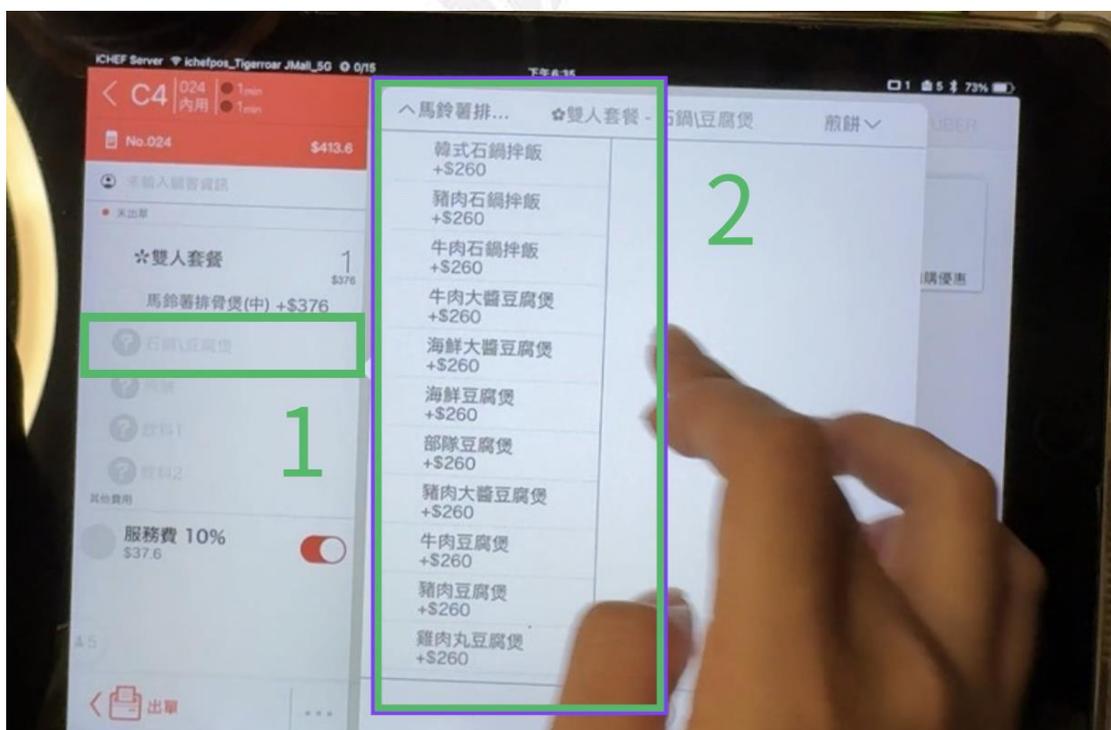


圖 12-10、內用點餐範例-雙人套餐之石鍋/豆腐煲

選擇牛肉大醬豆腐煲，可以客製化餐點，備註：蛋全熟、不要辣粉，備註的選項也會顯示於左選單。



圖 12-11、內用點餐範例-雙人套餐之石鍋/豆腐煲

點擊左選單「煎餅」，會出現右邊的選單，可選擇煎餅的口味。

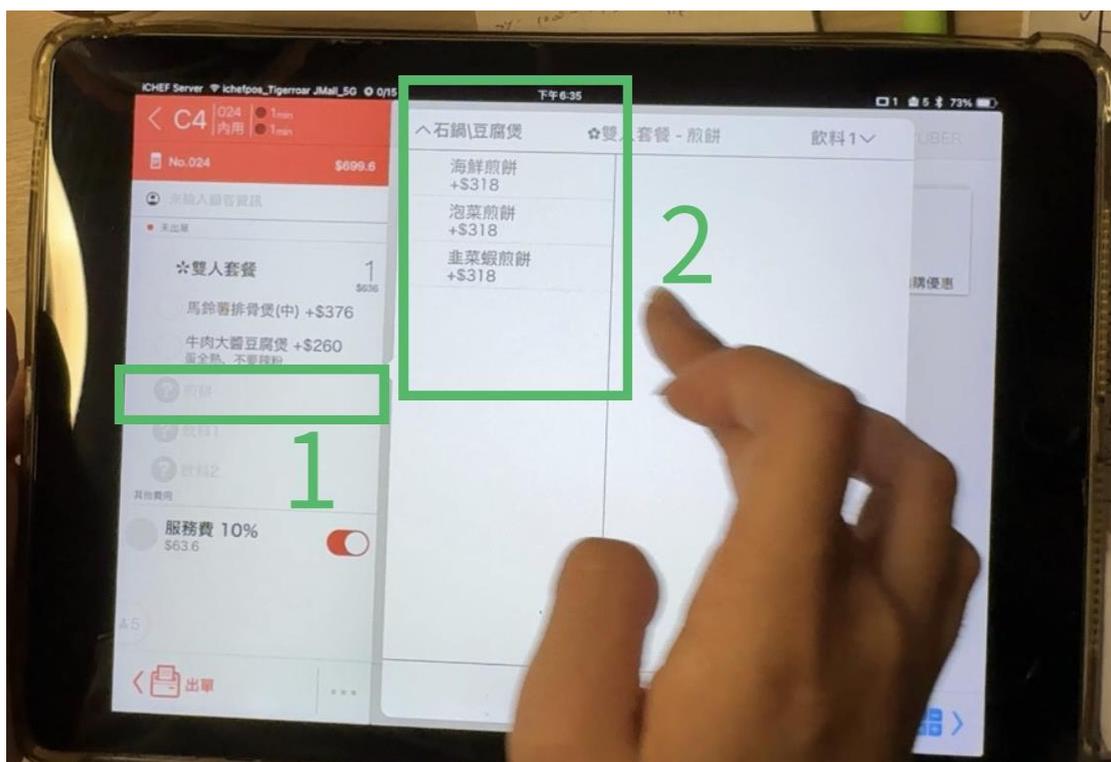


圖 12-12、內用點餐範例-雙人套餐之煎餅

選擇韭菜蝦煎餅，可以客製化選擇不要綠辣椒（圖 12-4）。



圖 12-13、內用點餐範例-雙人套餐之煎餅

點擊左選單「飲料1」，會出現右邊的選單，可選擇飲料的種類。



圖 12-14、內用點餐範例-雙人套餐之飲料 1

選擇香蕉牛奶，可以客製化選擇少冰。



圖 12-15、內用點餐範例-雙人套餐之飲料 1

點擊左選單「飲料 2」，會出現右邊的選單，可選擇飲料的種類。

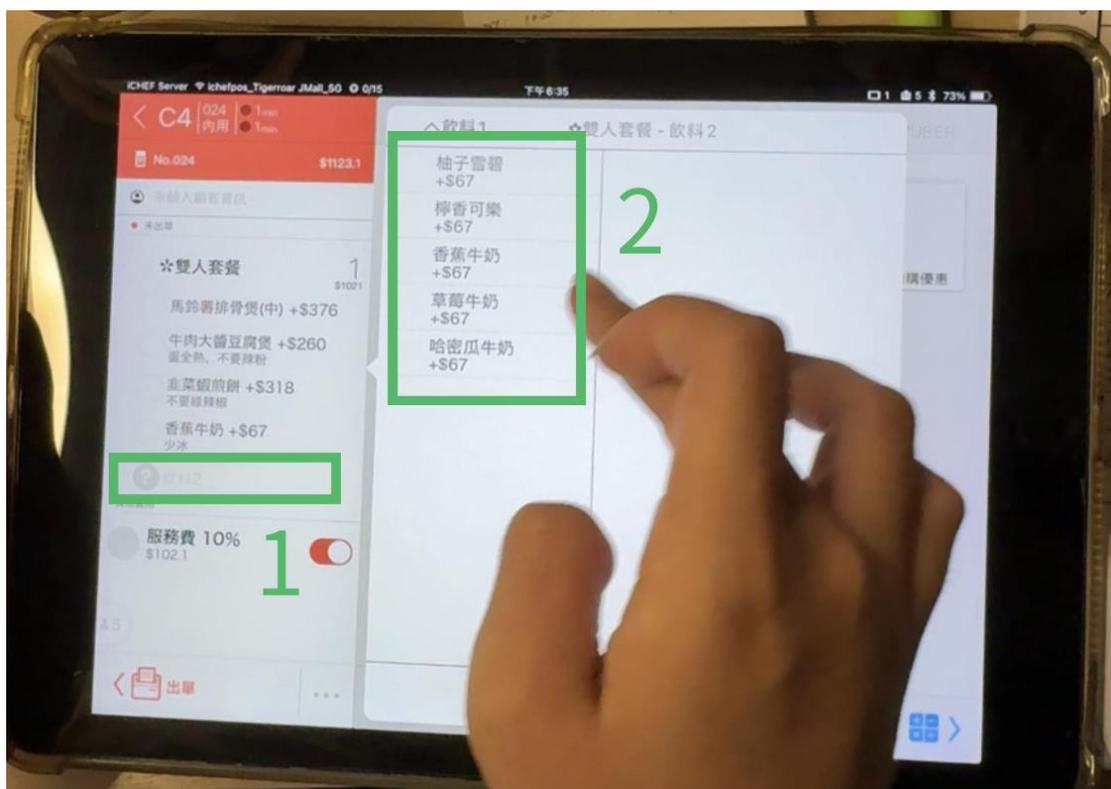


圖 12-16、內用點餐範例-雙人套餐之飲料 2

選擇哈密瓜牛奶，可以客製化選擇少冰。



圖 12-17、內用點餐範例-雙人套餐之飲料 2

### Step3. 出單

完成點餐後即可按下出單，出單後，在尚未出餐前可取消餐點，若以出餐則不可退貨。



圖 12-18、內用點餐畫面-出單

若有餐點需要取消則點下方垃圾桶圖示的刪除鍵即可。

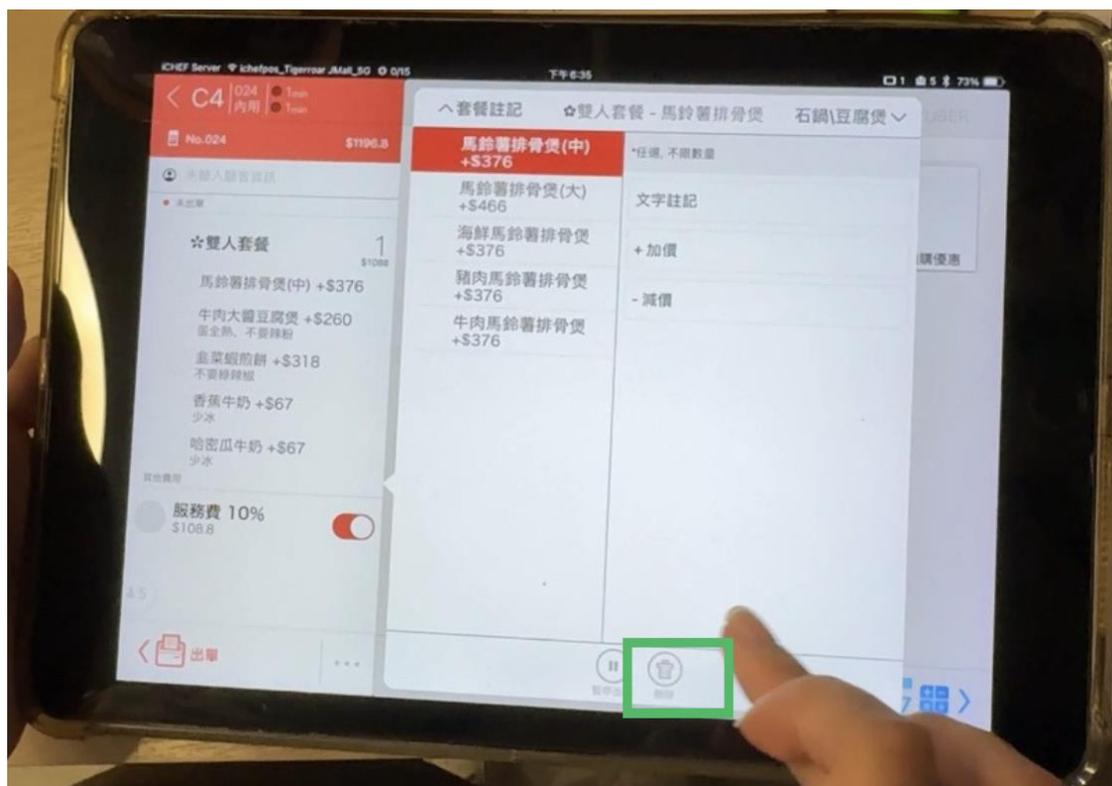


圖 12-19、內用點餐畫面-刪除

#### Step4. 優惠活動

出單後將出現優惠活動選項，在平板上選取要使用的優惠活動即可享有該優惠，需要由員工輸入密碼後才可使用。若有新增的優惠活動，將由總公司設定。

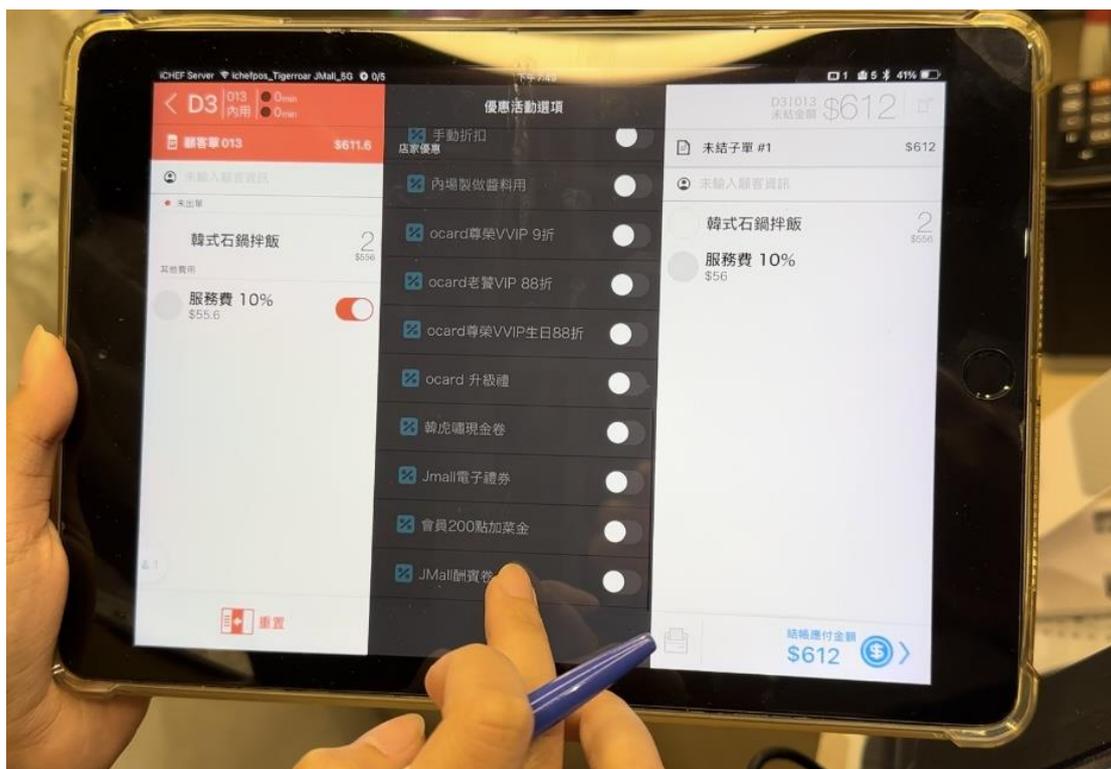


圖 12-20、內用點餐畫面-優惠畫面

Step5. 外場及廚房的出單機（圖 12-21）會出明細單（圖 12-22）。

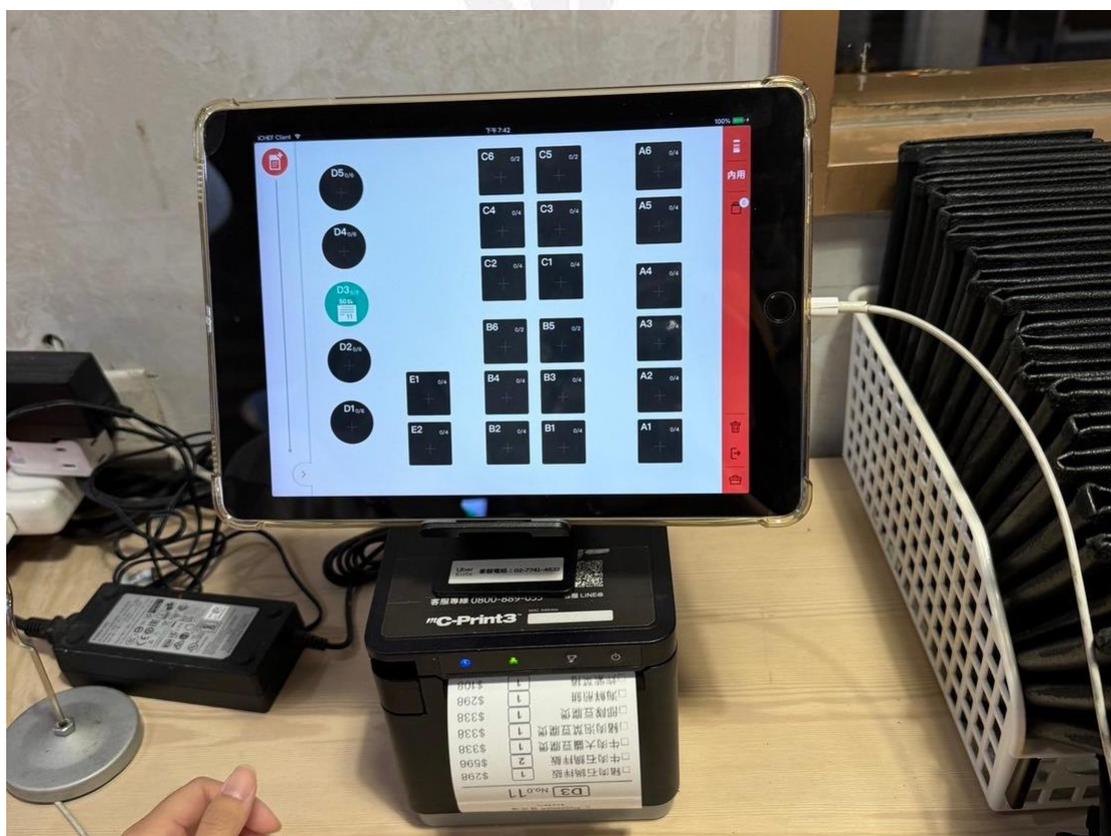


圖 12-21、內用點餐畫面-出單機



圖 12-22、內用點餐畫面-明細圖

- 內用候位

- (1)現場候位

使用平板登記，需要輸入顧客的手機號碼及姓名（圖 13-1）。

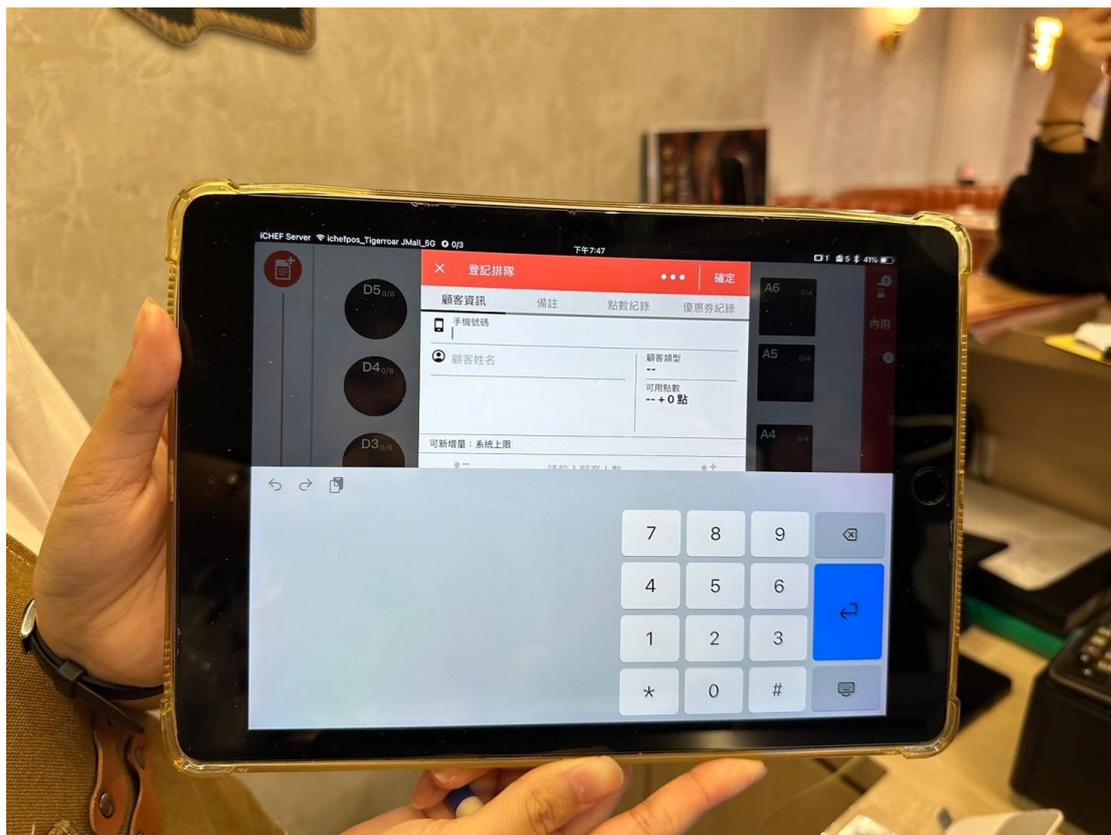


圖 13-1、現場候位畫面

## (2)電話預約

以手寫為主要紀錄方式 (圖 13-2)。

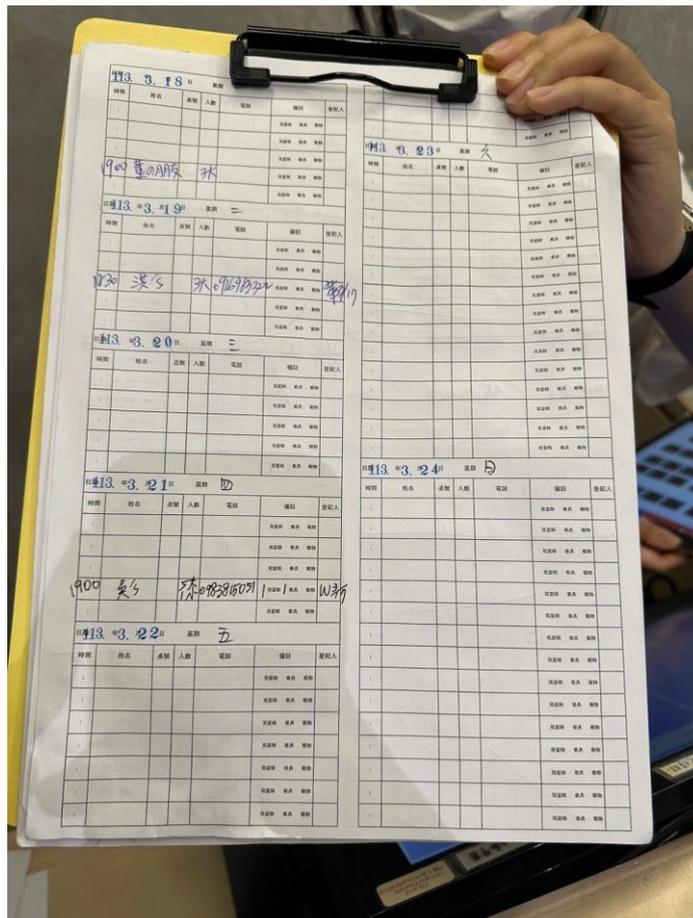


圖 13-2、電話預約記錄表

- 外帶
  - 外帶畫面如圖（圖 14-1），點選右上角即可添加新訂單，外帶並沒有低消限制。
  - 本畫面標題寫著外帶/外送，但目前店家沒有提供外送的服務，

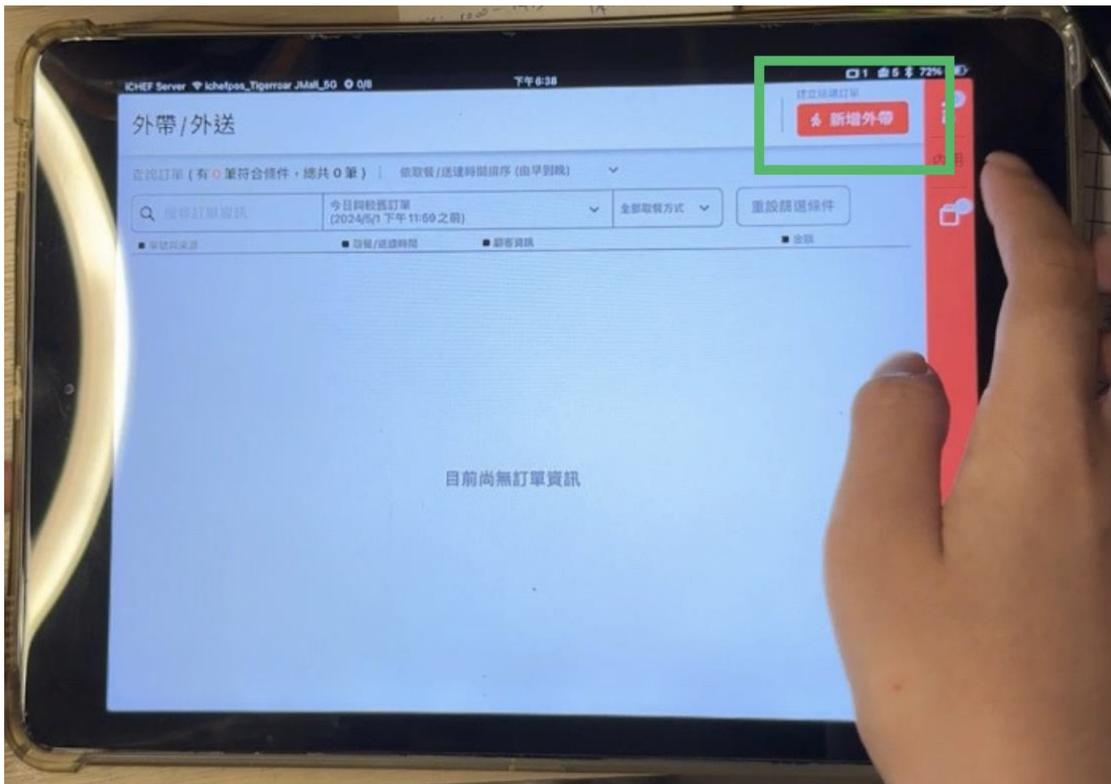


圖 14-1、外帶畫面

- 外帶點餐畫面和內用點餐畫面是一樣的，點餐方式也是一樣的。
- 較有不同的是外帶服務費為 0 元。

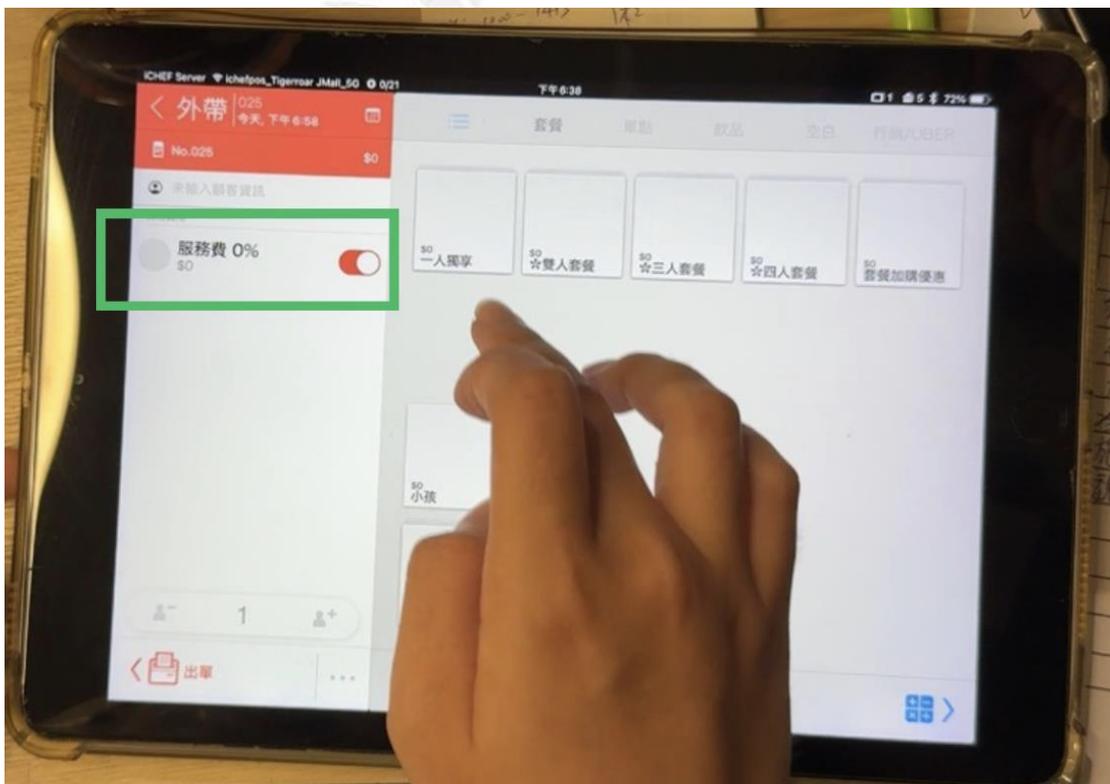


圖 14-2、外帶點餐畫面

舉例外帶一人獨享套餐一份，依序選擇餐點品項，再選擇客製化內容，點完單的品項會顯示在左方選單，完成後點擊出單，並至櫃檯結帳即可。



圖 14-3、外帶畫面-一人獨享套餐

外帶單會在此畫面，且這家店目前沒有外帶達掛單數的上限的問題。

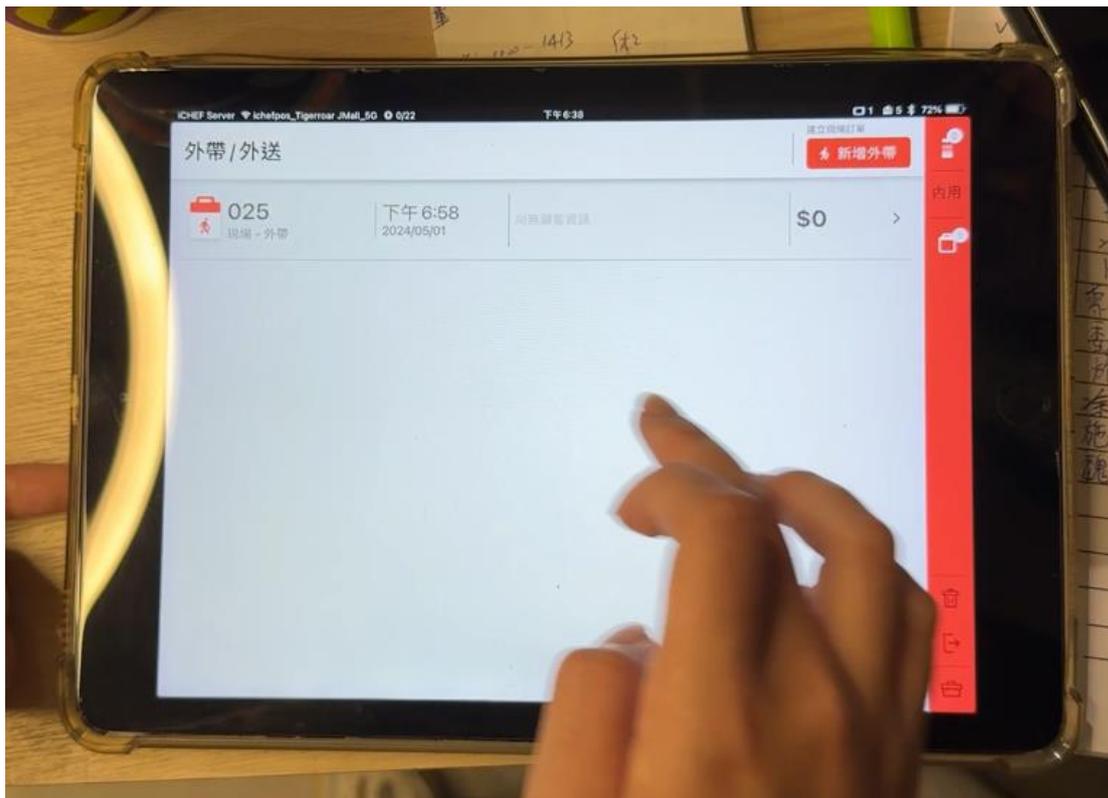


圖 14-4、外帶單畫面

將外送單拖移至右列垃圾桶即可刪除此外送單。

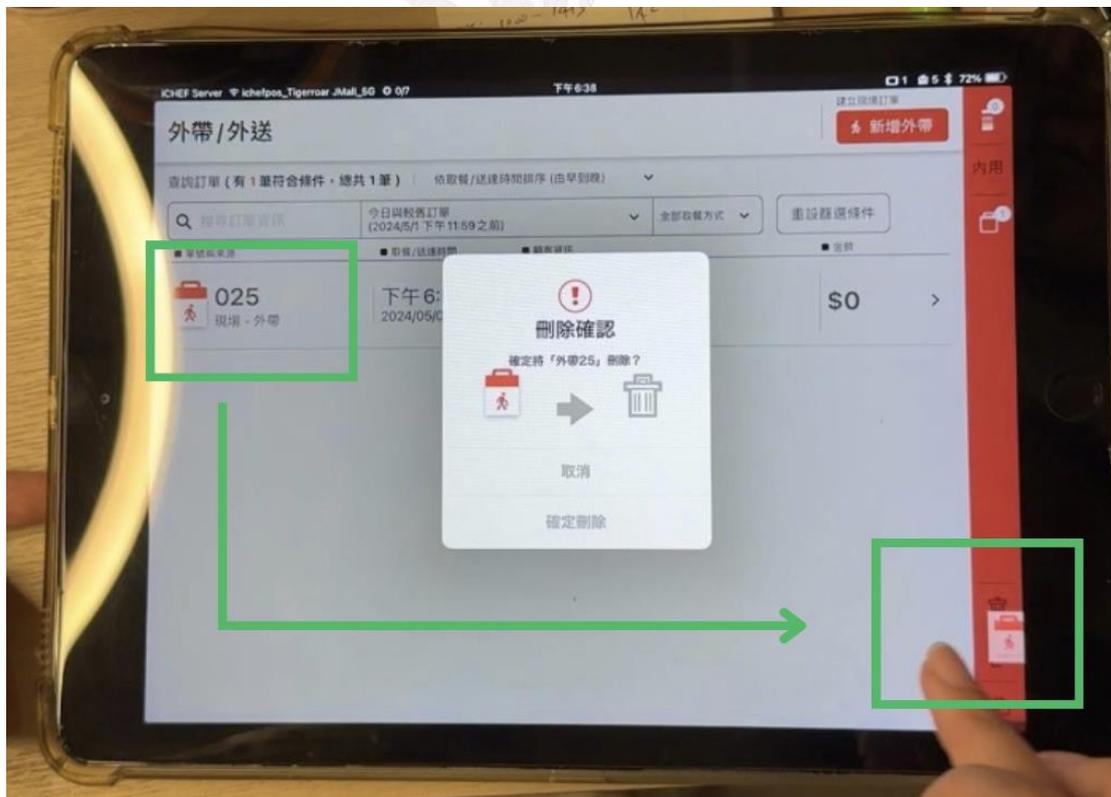


圖 14-5 外送單刪除畫面

- 結帳

Step1. 點選「韓虎嘯-餐飲費」

結帳需先點選「韓虎嘯-餐飲費」的選項，並輸入金額。



圖 15-1、結帳初始畫面

Step2. 選擇結帳方式-現金、信用卡、Line Pay。

(1)明細小計：需先在此輸入結帳金額

(2)現金金額：顧客選擇此方式結帳，店員直接點選「現金金額」按鈕，並收取現金，再點擊收款即可。

(3)信用卡：顧客選擇此方式結帳，店員點選「信用卡」按鈕，再讓顧客感應信用卡機，成功後，再點擊收款即可。

(4)Line Pay：顧客選擇此方式結帳，店員點選「Line Pay」按鈕，再使用掃描機掃描顧客的Line Pay條碼，成功後，再點擊收款即可。

(5)結帳金額：結帳成功後，將會在此顯示結帳金額。



圖 15-2、結帳畫面-付款

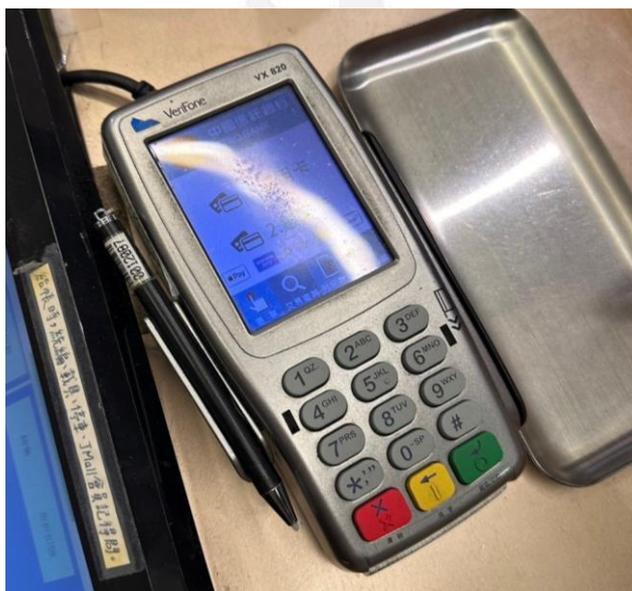


圖 15-3、結帳-信用卡機

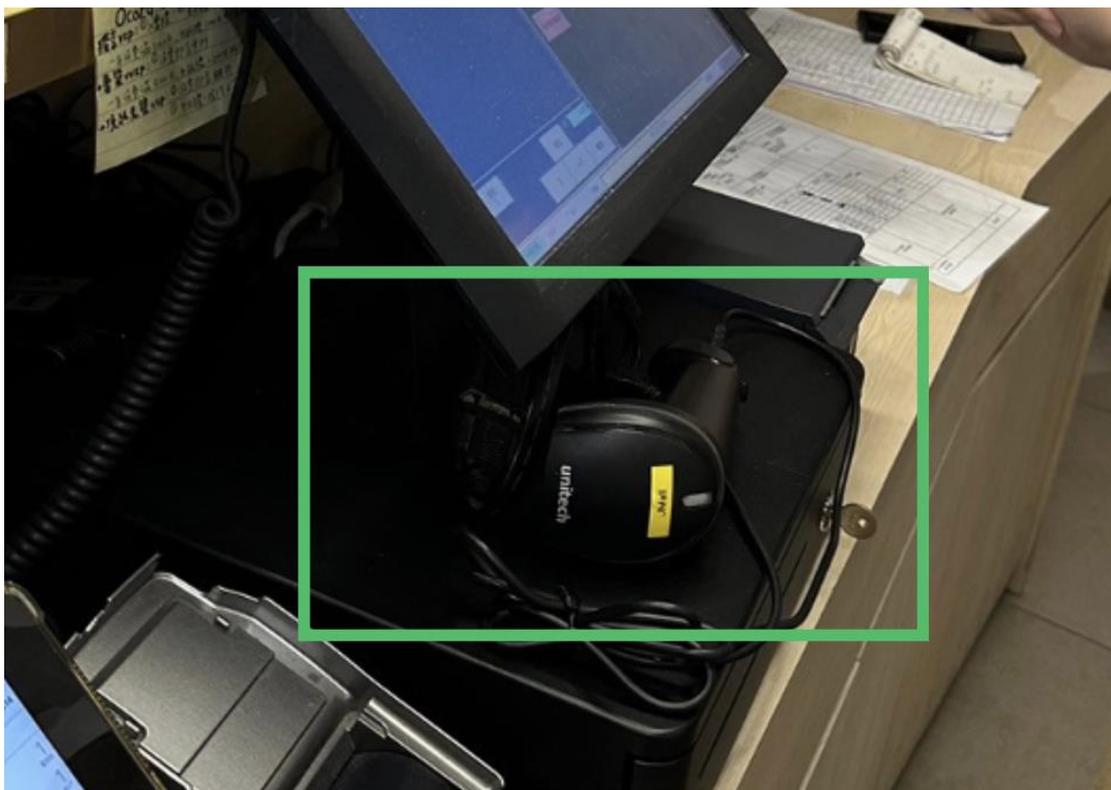


圖 15-4、結帳-掃描器 (Line pay 付款條碼或載具條碼)。



圖 15-5、結帳-發票機

開錢箱的方法是使用鑰匙。



圖 15-6、結帳-錢箱



## 二、双十八木點餐系統及畫面介紹

### 1. 點餐系統介紹：

使用軟體	麻吉 POS
開發公司	麻吉數位股份有限公司
作業系統	WIN 10
開發語言	不對外提供
已使用年限	1 年
價格	28,380/年
特色	便利的操作介面、彈性的功能架構、品質穩定

表格 2、双十八木點餐系統介紹

### 2. 双十八木系統架構

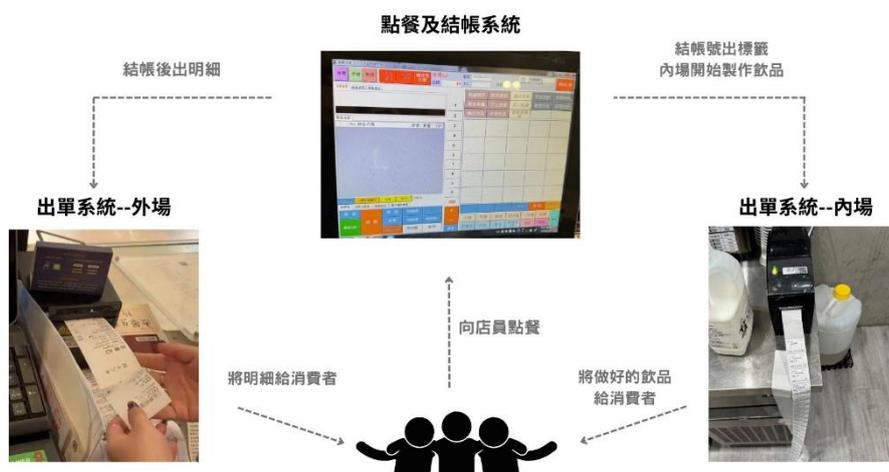


圖 16、双十八木系統架構圖

### 3. POS 系統畫面

- 點餐

一開始為初始畫面，左上方和左下方是常用的點單功能區，例如：外帶、外送、取消點單以及結帳等按鈕，中間則是點單的詳細清單，右上方則是有飲料品項可以點選，點選不同分類有不同的商品出現，右下方則是客製化

的部分，依照客人需求點選。

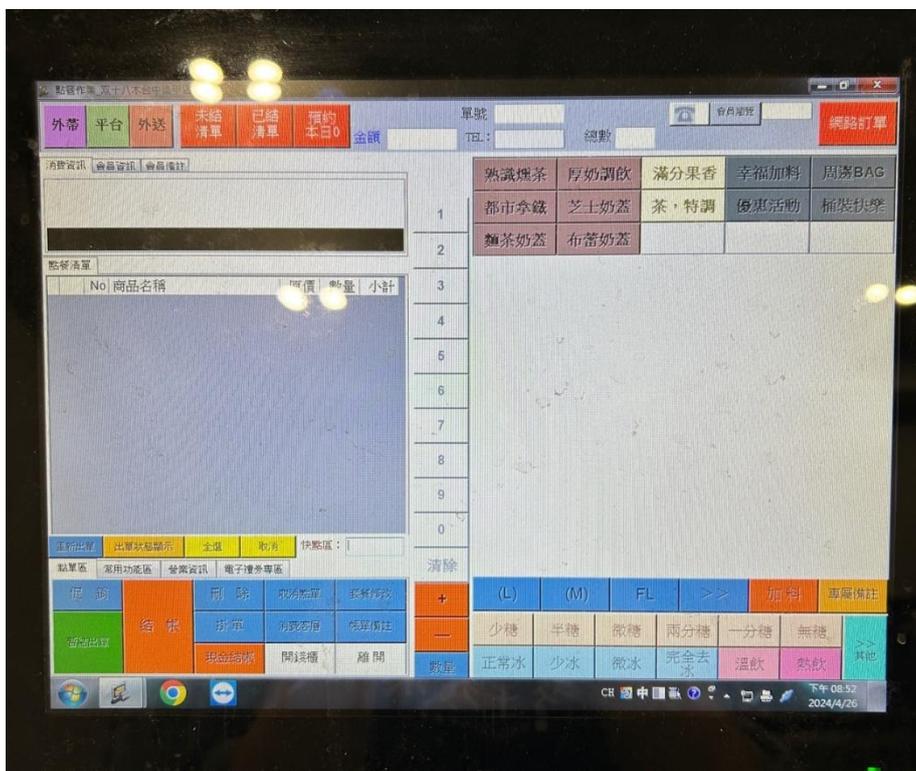


圖 17、初始點餐畫面

- 現場外帶

Step1. 現場客人會點選左上方「外帶」欄位進行點餐。



圖 18-1、現場客人點餐畫面

Step2. 以點選「復刻紅茶 大杯 微糖微冰」作為示範，先點選復刻紅茶，再點選微糖微冰，最後再點選大杯（L）。

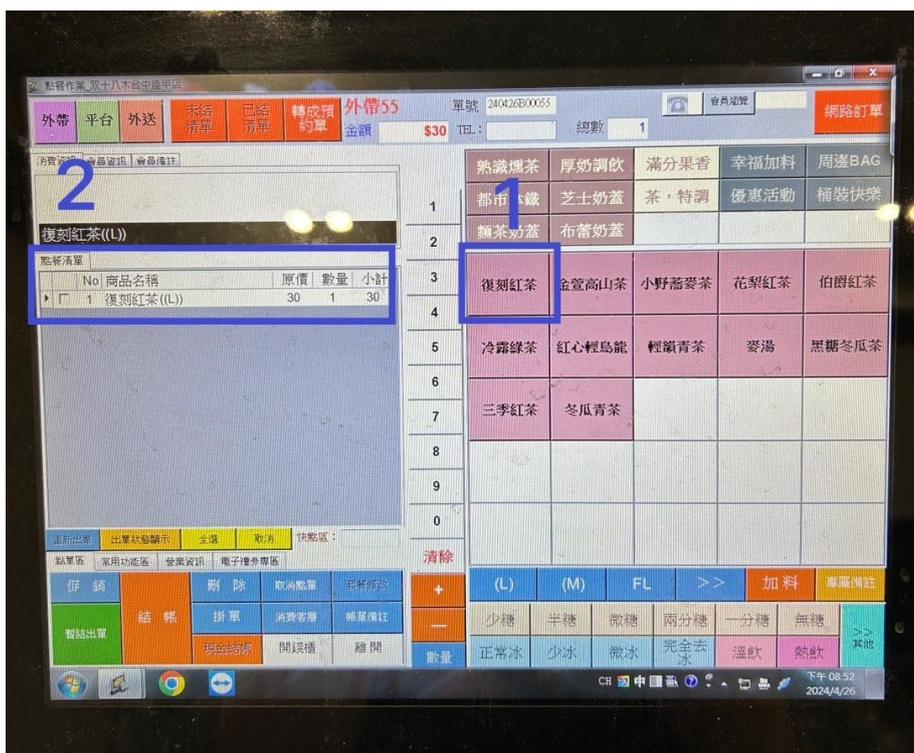


圖 18-2、現場客人點餐畫面-復刻紅茶

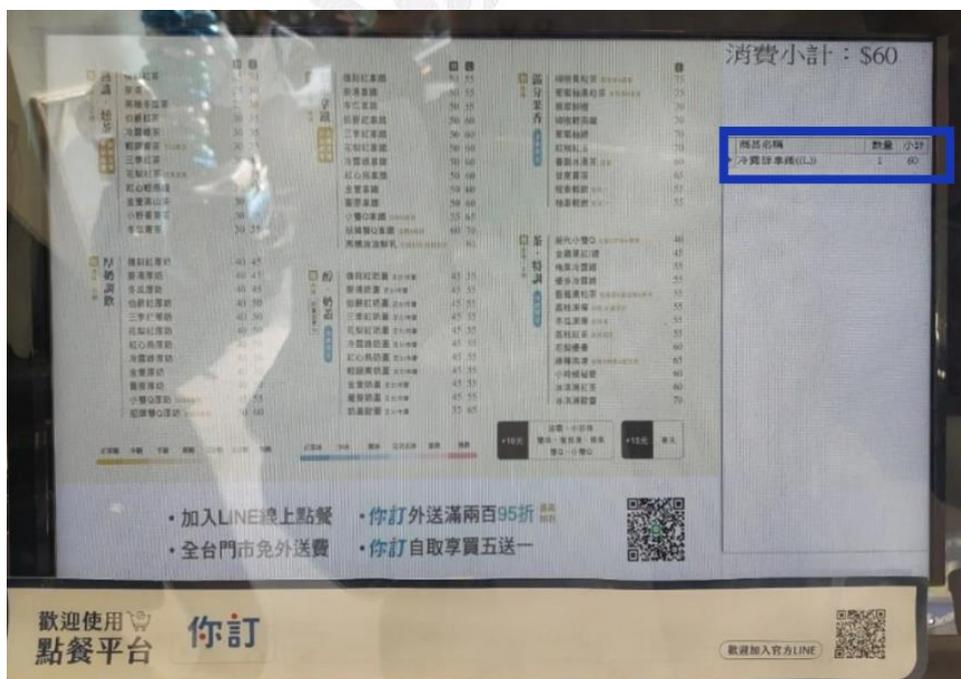


圖 18-3、現場客人點餐畫面-微糖微冰



圖 18-4、現場客人點餐畫面-大杯( L )

Step3. 點單之後給客人確認所看到的畫面，可以讓客人確認是否有誤。(此



為點選其他飲料的示意圖)

圖 19、消費者看到的點餐畫面

Step4. 若有餐點需要取消則點下方刪除鍵即可。

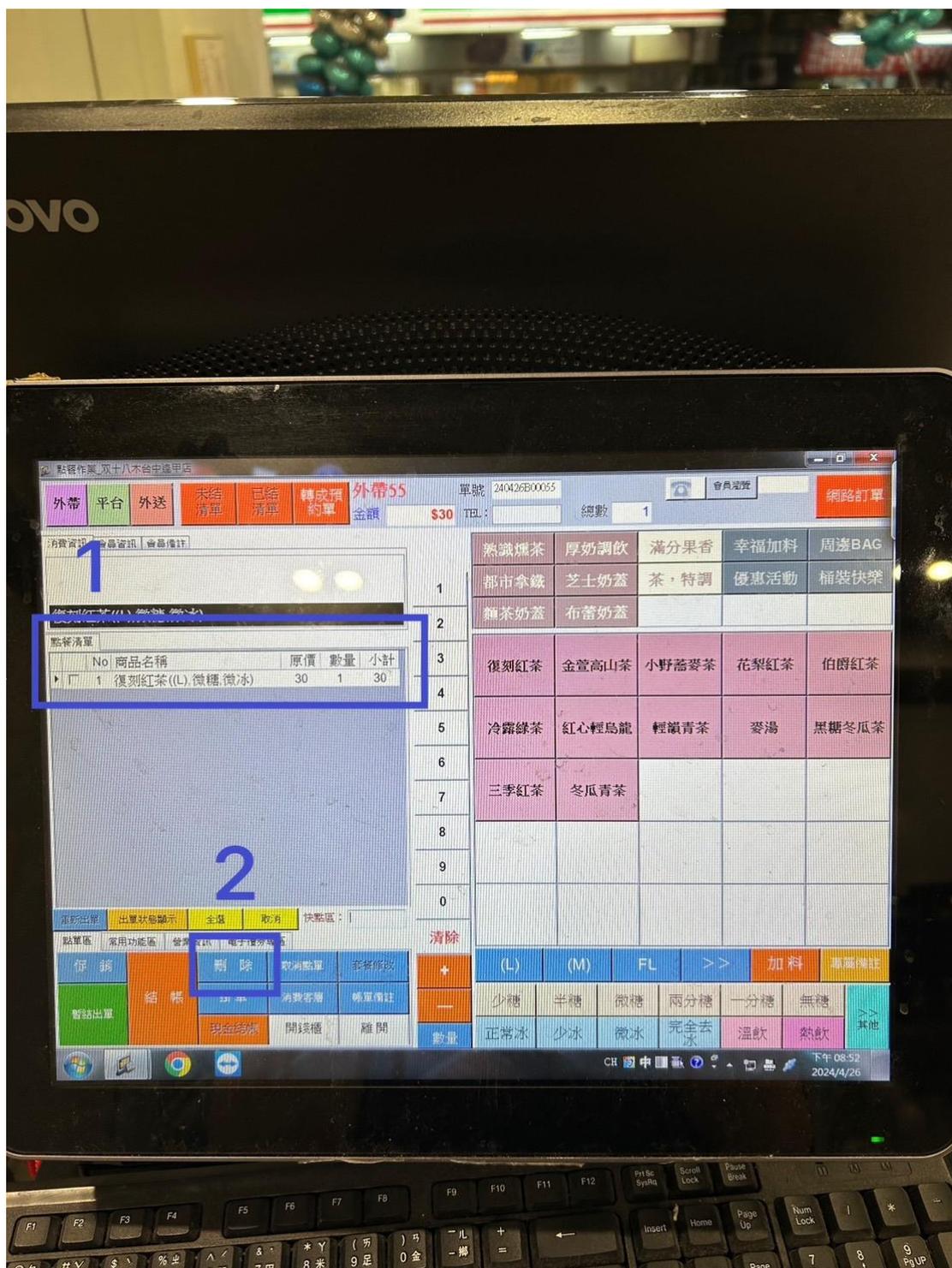


圖 20、刪除畫面

- 結帳

確認品項無誤後進入結帳畫面，有不同的支付方式可以使用，依客人的結

帳需求點選。(例如:載具、LINE PAY 等) 最後輸入完畢案結帳就可以了。



圖 21-1、點餐結帳畫面-結帳

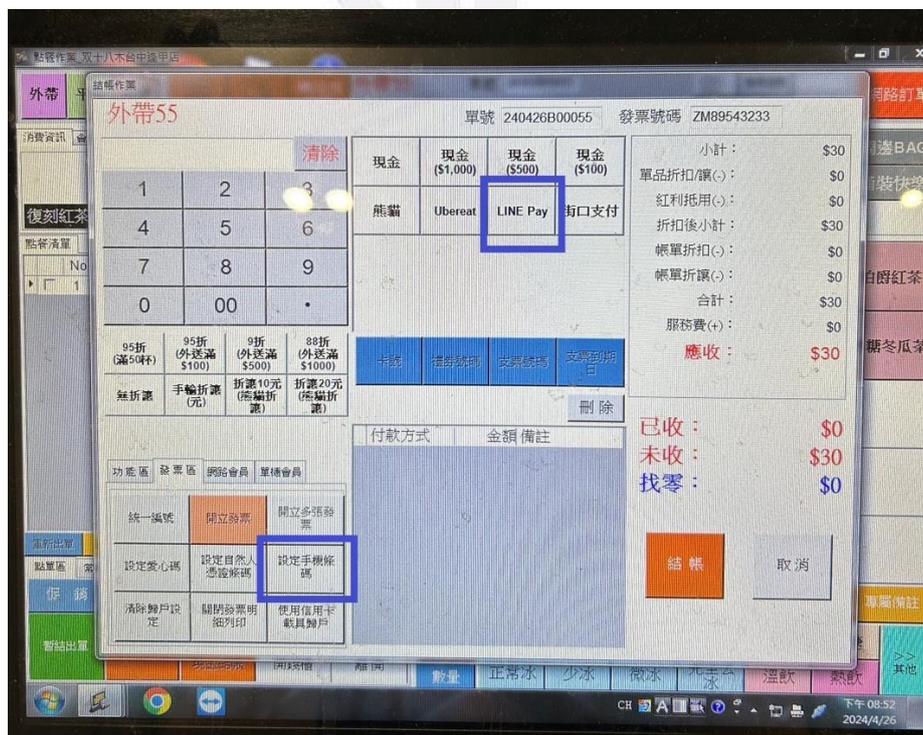


圖 21-2、點餐結帳畫面-載具、行動支付

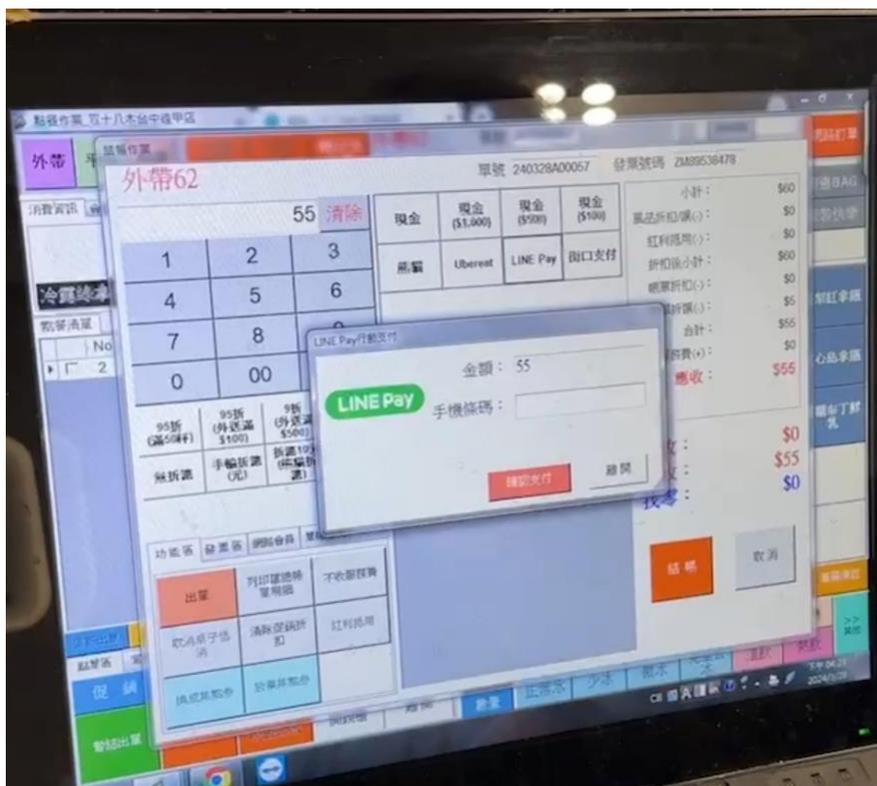


圖 21-3、點餐結帳畫面-行動支付

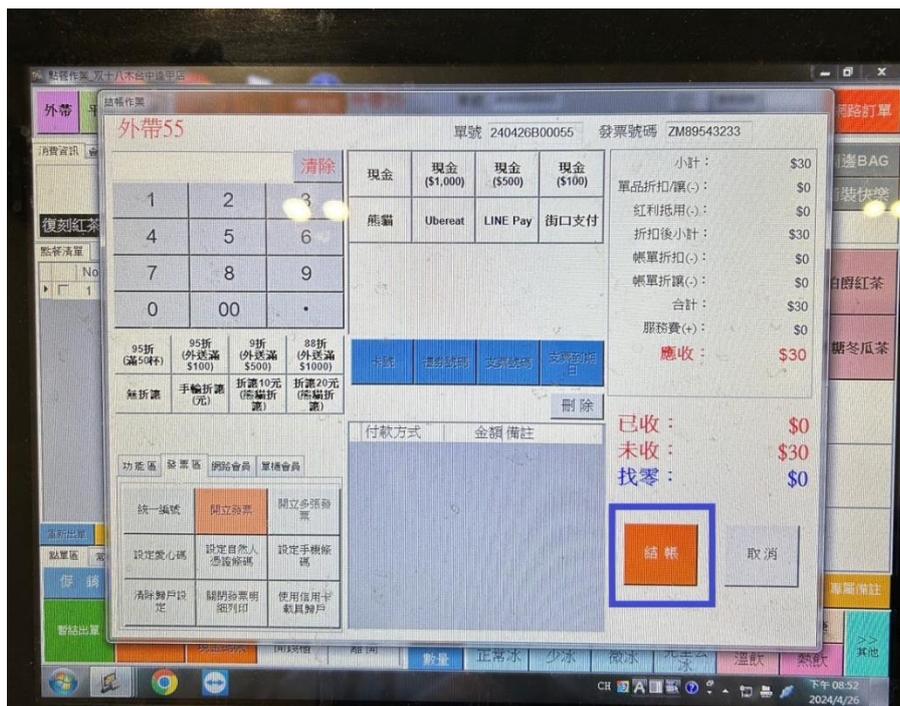


圖 21-4、點餐結帳畫面-結帳

- 出單

點單完成後，明細會列印出來。飲料的標籤貼紙也會從標籤機出來，讓員工可以製作飲料。

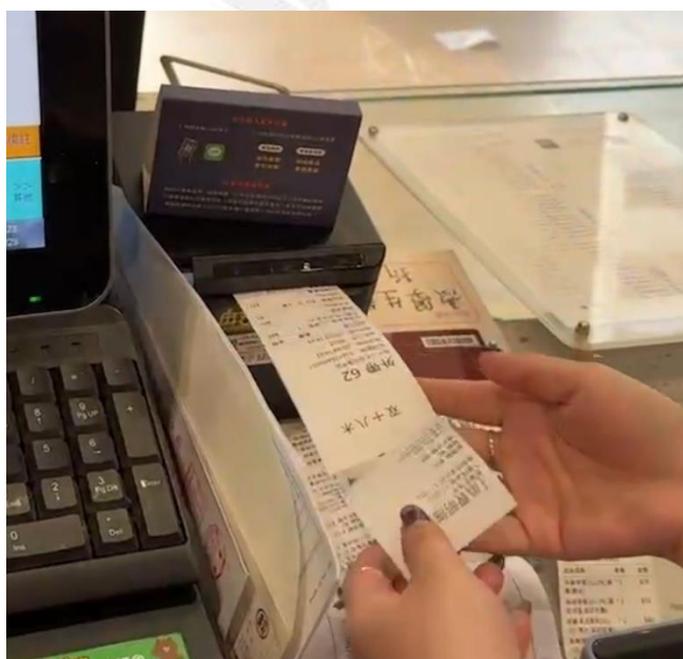


圖 22、結帳完成的明細

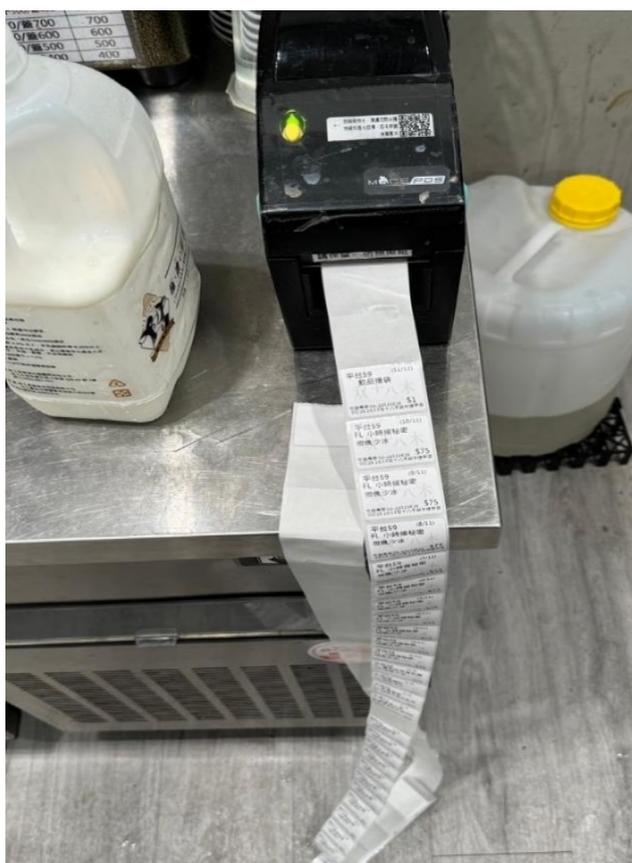


圖 23、標籤機

- 平台

Step1. 若為平台，則會出現在旁邊的機器上，跟外帶一樣接收後須自行輸入至 POS 機內，不同的是須點選「平台」欄位點餐。

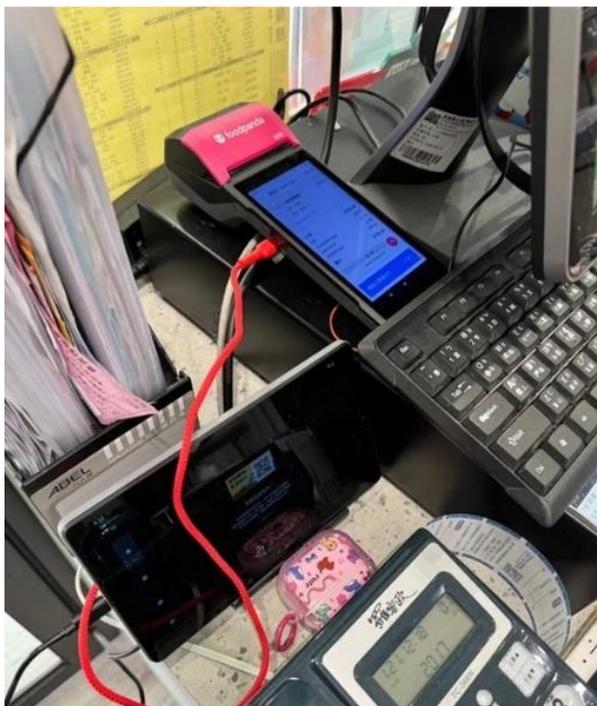


圖 24、外送機台



圖 25-1、平台點餐畫面-平台

Step2. 以點選「復刻紅茶 大杯 微糖微冰」作為示範，與外帶不同的是，因為平台價錢較貴，所以須點選「FL」才會轉變成平台的價錢。



圖 25-2、平台點餐畫面-FL

Step3. 點餐與外帶一樣點選微糖微冰，因為平台會強制買一個袋子，所以



須點選飲料提袋，確認品項都沒問題後點選結帳。

圖 25-3、平台點餐畫面-復刻紅茶微糖微冰

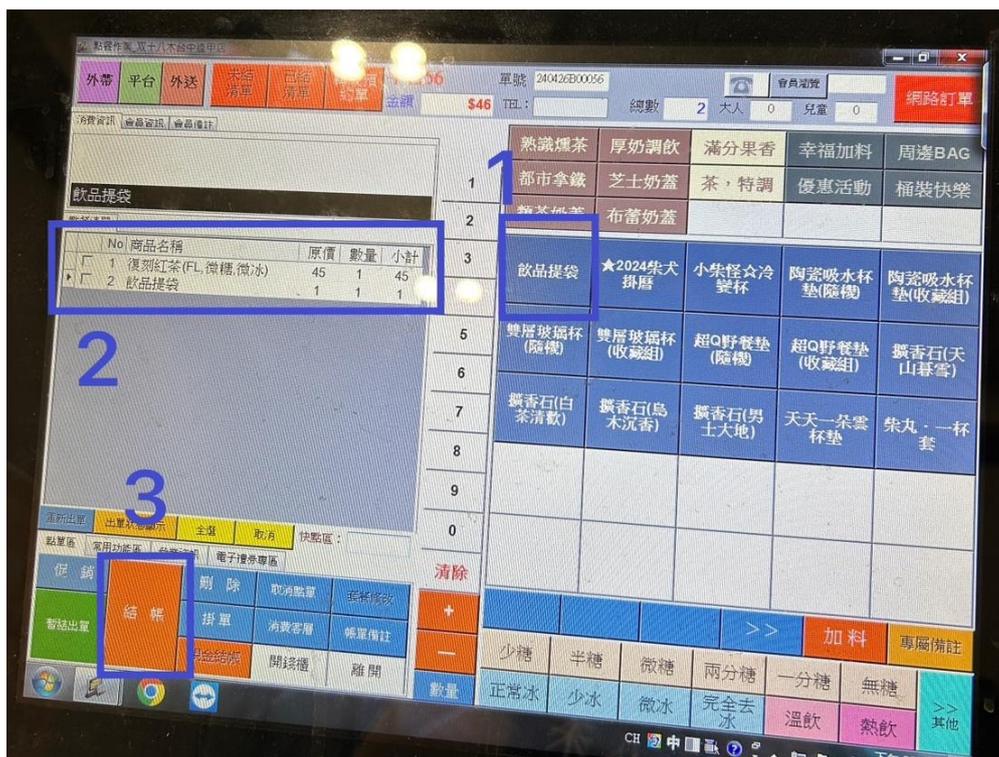


圖 25-4、平台點餐畫面-飲料提袋、最終確認訂單

- 結帳

再次確認金額後，付款方式點選熊貓，再點選結帳。



圖 26、平台點餐結帳畫面-結帳

- 出單

點單完成後，明細會列印出來。飲料的標籤貼紙也會從標籤機出來，讓員工可以製作飲料。



圖 27、結帳完成的明細

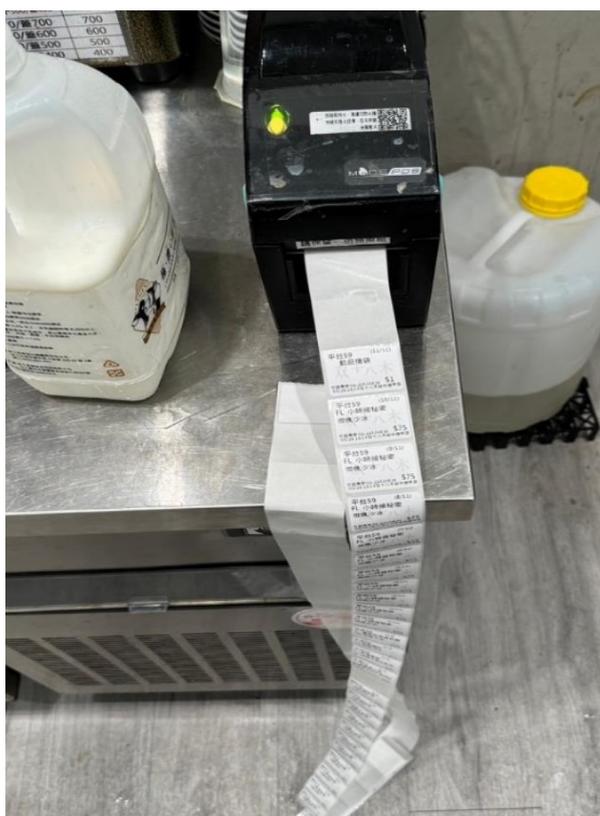


圖 28、標籤機

- 外送

若為外送，訂單會先顯示在店機上，需先點選訊息接單後，再至 POS 機點選「網路訂單」進行後續動作。



圖 29-1、外送接單畫面-店機

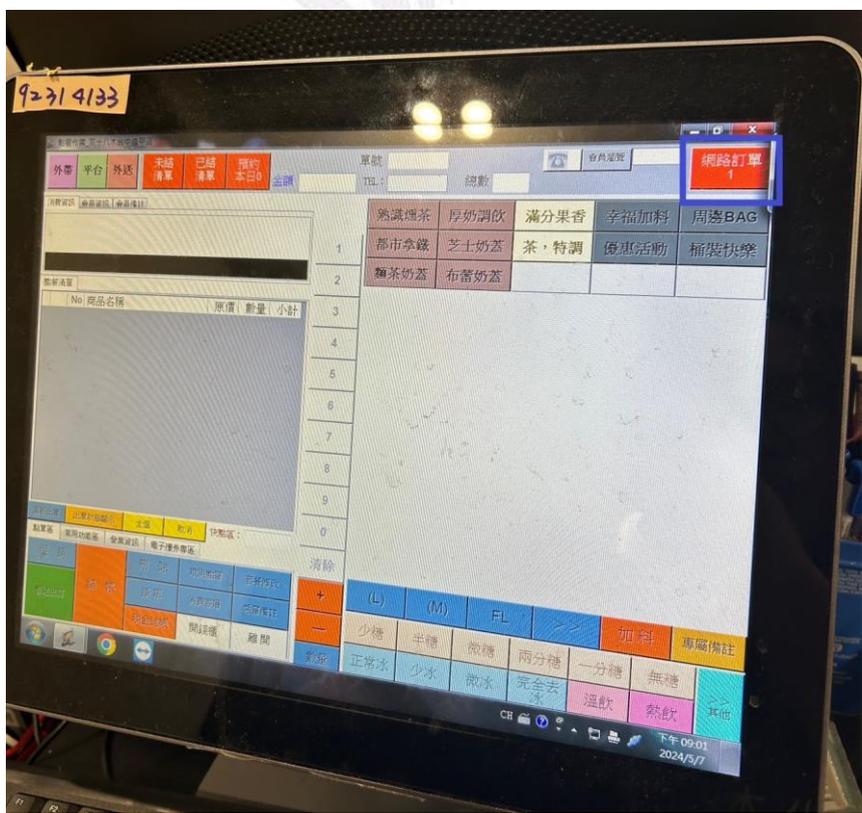


圖 29-2、外送接單畫面-POS 機

- 結帳

接下來會在 POS 機看到有一筆「未處理」的訂單，點選確定後再點選「接受訂單」。

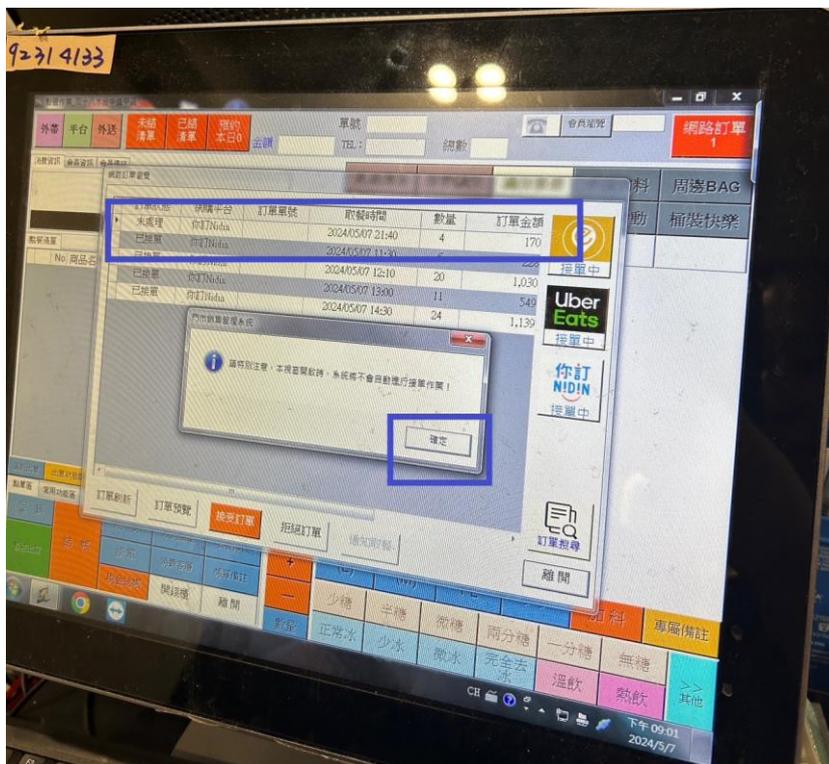


圖 30-1、外送結帳畫面-未處理訂單

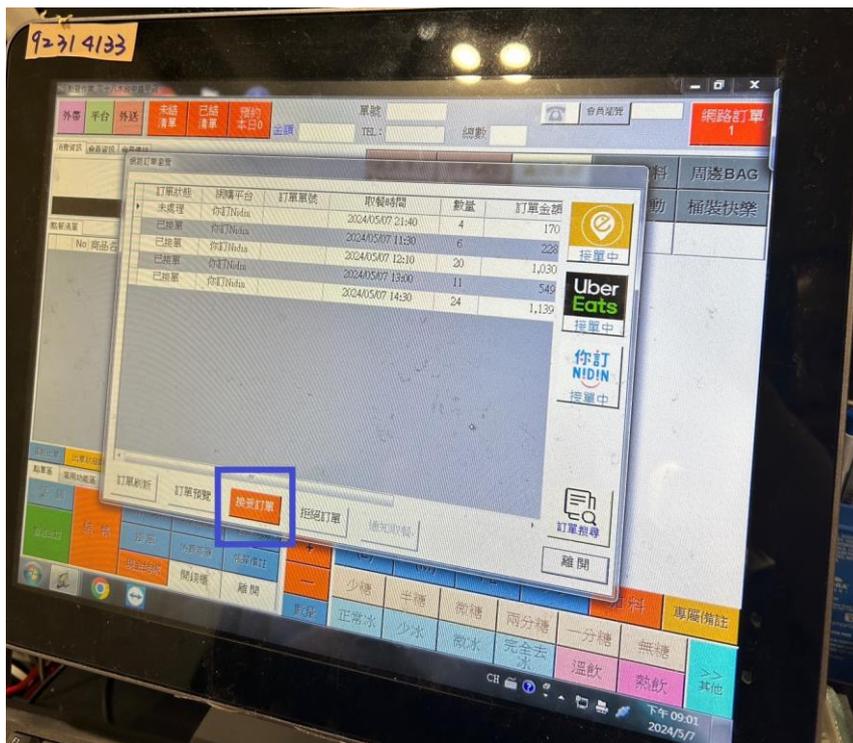


圖 30-2、外送結帳畫面-接受訂單

- 出單  
點單完成後，明細會列印出來。飲料的標籤貼紙也會從標籤機出來，讓員工可以製作飲料。



圖 31、結帳完成的明細

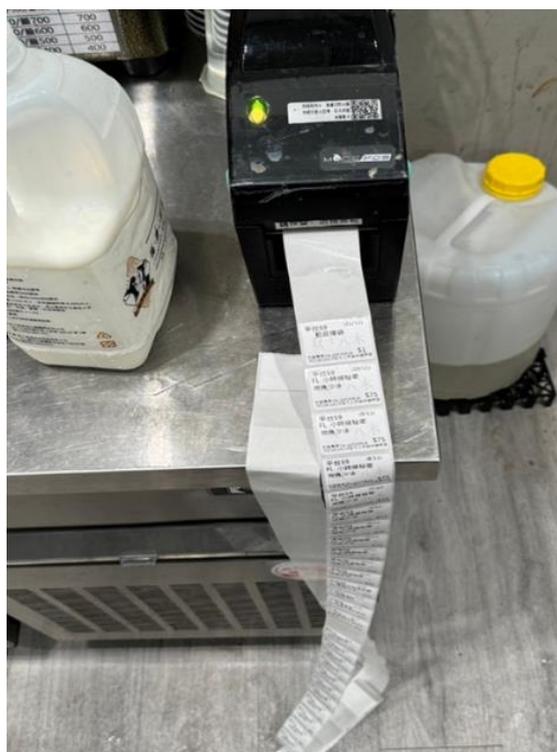


圖 32、標籤機

## 伍、其他問題

### 一、韓虎嘯

- (1) 人員訓練方式：分內場及外場，多數直接由老鳥帶著菜鳥開始學習，沒有特別系統性的訓練。
- (2) 商品推出：會季節性推出一些特別商品，但通常銷量不好。
- (3) 打卡方式：使用在員休室的指紋打卡機，一天需打卡四次，包含上班、休息開始、休息結束、下班。
- (4) 發票作廢方式：在 pos 機帳單明細中找要作廢的訂單，在發票上寫下作廢原因，晚上結帳需拿去給樓管簽名。

### 二、双十八木

- (1) 人員訓練方式：分區式管理，學會一個位置後換另一個位置，有廚房、吧台、櫃檯、外送區域。
- (2) 商品推出：會季節性推出一些特別商品，通常會是水果類，但無固

定頻率。

(3) 打卡方式：使用在員休室的打卡機，一天需打卡兩次，包含上班及下班。

(4) 發票作廢方式：在 pos 機帳單明細中找要作廢的訂單，在發票上寫下作廢原因，晚上結帳時傳至店內 LINE 群組。

## 陸、店家分析

### 一、韓虎嘯

#### 1. 五力分析

- 產業競爭者 高

台灣的韓國餐飲市場競爭激烈，已有多家知名韓國餐廳品牌如涓豆腐、兩班家、初瓦和金韓食等。韓虎嘯需要不斷創新和提升服務質量來保持競爭優勢。

- 替代品的威脅 高

J Mall 內有各種類型的餐廳，例如：中餐、日本料理、東南亞美食等。消費者有多種選擇的情況下，這些替代品的存在對韓虎嘯構成威脅。為了減少替代品的影響，韓虎嘯需要強化其品牌定位，提供獨特且優質的韓國料理。

- 潛在進入者的威脅 中低

餐飲產業進入門檻低，新餐廳的進入威脅一直存在，不過 J Mall 內已有多家知名餐廳入駐。新的競爭者要吸引顧客可能需要投入大量的資金和高品質的食物。韓虎嘯可以通過保持其精緻化與差異化的韓式料理來維持競爭優勢。

- 供應商議價能力 中高

韓國料理所需的原材料，除了即期生鮮食材自台灣本地購買外，所有的原物料都是從韓國進口來台灣，因此可能會依賴於特定的供應商。如果這些供應商的數量有限，他們的議價能力會較強。韓虎嘯需要建立穩定且多元化的供應鏈，以降低供應商的議價能力對其營運的影響。

- 顧客的議價能力 中低

韓虎嘯主打最原汁原味的韓式料理，且餐點價位與服務費都明確標示在菜單上。作為中高價位餐廳，韓虎嘯使用品質較好的食材及提供優質的服務，顧客在享用美食的同時，也會因餐廳的整體體驗而願意支付相應的價格。

### 結論

綜合以上五力分析，韓虎嘯在台灣的韓國餐飲市場中面臨激烈的競爭和多種威脅。韓虎嘯作為台灣韓國餐飲市場的參與者，其知名度為其帶來了一定程度的競爭優勢，而提供高品質食材和服務也吸引了一定的忠實顧客群。但市場上競爭對手眾多，加上替代品的存在，使得韓虎嘯需要不斷創新和提升服務質量以保持競爭地位。此外，依賴特定供應商可能使得議價能力受限，需要建立穩定多元的供應鏈。雖然顧客對於品質和體驗願意支付較高價格，但市場價格敏感度仍需關注。我們認為韓虎嘯需要密切關注市場動向，持續改進和調整策略，以維持競爭優勢並滿足顧客需求。

## 2. STP 分析

S 市場區隔	T 目標市場	P 市場定位
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 年齡：15-55 歲</li> <li>2. 性別：不限性別</li> <li>3. 地區：台灣的都市地區，特別是繁華商圈和購物中心內</li> <li>4. 口味偏好：喜愛韓國料理和新穎飲食體驗的消費者</li> <li>5. 購買行為：喜愛韓國文化（如韓劇、韓國音樂）、追求時尚潮流。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 年齡在 18-35 歲之間的年輕人，包括學生和年輕職場人士，這一群體具有強烈的韓國文化偏好和較高的消費能力。</li> <li>2. 年齡稍長（35-50 歲）的家庭群體，這些消費者注重家庭用餐體驗，對食材品質有較高要求。</li> <li>3. 東海大學、東大附中的學生及教職員</li> <li>4. 在台中工業區工作的人員</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “正宗韓式風味與創新融合”，以韓國進口原料和專業廚藝團隊打造高品質韓國料理。</li> <li>• 品牌形象：以老虎作為象徵性動物，營造獨特的店內氛圍和視覺形象，突出力量、活力和激情。</li> <li>• 價值主張：提供健康、美味、安全的韓國料理。</li> </ul>

表格 3、韓虎嘯 STP 分析

### 3. 商業模式九宮格

關鍵合作夥伴	關鍵活動	價值主張	顧客關係	目標客群
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 當地和國際的食材供應商。</li> <li>• 美食評論家和網紅，通過合作提升品牌知名度。</li> <li>• 線上預訂平台和支付系統的合作夥伴。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 確保食材的新鮮和高品質。</li> <li>• 提供優質的烹飪和用餐服務。</li> <li>• 經營和維護線上預訂平台和社交媒體帳號。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 提供高品質、美味的韓國燒肉。</li> <li>• 注重食材新鮮和健康，符合當代消費者對健康飲食的需求。</li> <li>• 提供獨特的韓國燒肉體驗，結合傳統與現代的韓國飲食文化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 提供會員制和忠誠度計劃，增加回頭客。</li> <li>• 高品質的客戶服務，注重顧客的用餐體驗。</li> <li>• 定期舉辦促銷活動和主題活動，增加顧客參與感。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 愛好韓國料理的年輕人和家庭。</li> <li>• 尋求高品質餐飲體驗的中高收入群體。</li> <li>• 公司和團體聚餐。</li> </ul>

	<p><b>關鍵資源</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 高品質的新鮮食材供應鏈。</li> <li>• 經驗豐富的廚師和服務團隊。</li> <li>• 具有吸引力的餐廳位置和設施。</li> </ul>		<p><b>通路</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 直接通過實體店面提供服務。</li> <li>• 透過社交媒體和口碑行銷吸引客戶。</li> </ul>	
<p><b>成本結構</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 食材採購成本。</li> <li>• 餐廳運營和維護成本，包括租金和水電費。</li> <li>• 員工薪資和培訓成本。</li> <li>• 行銷和推廣成本。</li> </ul>		<p><b>收益流</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 餐廳銷售收入。</li> </ul>		

表格 4、韓虎嘯商業模式九宮格

- 顧客關係：加入「TIGERROAR 韓虎嘯」LINE 官方帳號，可以消費累點，兌換免費商品。

4. SWOT 分析

內部分析	優勢 Strengths	劣勢 Weaknesses
	<p>(1)提供正宗的韓式料理，食材和調味品均從韓國進口，保證口味地道。</p> <p>(2)高品質的食材和專業廚藝團隊。</p> <p>(3)鮮明的品牌形象，吸引年輕消費群體。</p> <p>(4)位於繁華商圈，鄰近東海大學及台中工業區，擁有穩定的客源。</p>	<p>(1)依賴特定的韓國供應商，供應商議價能力較強。</p> <p>(2)餐飲業競爭激烈，需要不斷創新和提升服務質量。</p> <p>(3)價格定位中高端，可能影響部分價格敏感的顧客群體。</p>
外部分析		
機會 Opportunities	SxO	WxO
(1)韓流文化在台灣的影響力持續上升，吸引更多消費者。	<p><b>品牌形象 + 韓流文化：</b> 利用鮮明的品牌形象和正宗的韓式料理，吸引熱愛韓流文化的年輕消費群體。</p> <p><b>高品質食材 + 創新體驗：</b> 結合高品質食材和創新的韓國燒肉體驗，推出新菜單和限定菜品，吸引消費者不斷回流。</p>	<p><b>開發多元供應鏈 + 韓流文化：</b> 開發更多的供應鏈來源，減少對單一供應商的依賴，同時利用韓流文化的影響力吸引顧客。</p> <p><b>創新服務 + 吸引年輕群體：</b> 提供更多優惠和促銷活動，吸引年輕</p>

<p>(2)提供獨特的韓國燒肉體驗，結合傳統與現代的韓國飲食文化，增加吸引力。</p>		<p>群體和價格敏感的顧客。</p>
<p>威脅 Threats</p>	<p>SxT</p>	<p>WxT</p>
<p>(1)替代品的威脅高，J Mall 內有各種類型的餐廳。</p> <p>(2)潛在進入者威脅中低，餐飲產業進入門</p>	<p><b>提升服務質量 + 替代品威脅：</b> 不斷提升服務質量和創新菜品，增加顧客忠誠度，減少替代品的影響。</p> <p><b>強化品牌定位 + 潛在進入者：</b> 強化品牌定位，通過獨特的用餐體驗和高品質食材，維持競爭優勢，抵禦潛在進入者。</p>	<p><b>多元化供應鏈 + 供應商議價能力：</b> 開發多元化的供應鏈，減少對單一供應商的依賴，降低供應商的議價能力對成本的影響。</p> <p><b>價格策略 + 替代品威脅：</b> 調整價格策略，推出多種價格層次的菜品，吸引不同層次的消費者，減少替代品的威脅。</p>

檻低。  (3)供應商的議價能力中高，可能會影響成本控制。		
-------------------------------------	--	--

表格 5、韓虎嘯 SWOT 分析

5. 商品 ABC 分類

毛利額				
營業額		A	B	C
	A	韓式豆腐鍋	石鍋拌飯	海鮮煎餅
	B	炸紫菜卷	辣炒年糕	芝士炸雞
	C	韓式部隊鍋	烤牛肉拼盤	炸醬義大利麵

表格 6、韓虎嘯商品 ABC 分類

- 暢銷品

- (1)重點販賣商品-韓式豆腐鍋

說明：韓式豆腐鍋是銷售第一名，從剛推出就是熱門商品，雖為鍋類料理，但大量的叫貨，使其毛利率高，故為重點販賣商品。

- (2)大量販售商品-石鍋拌飯

說明：石鍋拌飯為銷售第二的商品，從剛推出就是熱門商品之一，也是因為大量叫貨，使其毛利率次之，由多種配料混合，深受顧客喜愛。

- (3)犧牲品-海鮮煎餅

說明：海鮮煎餅屬於大量販售商品，營業額為第三，因有部落客的推廣，使其營業額佔比第三，加了多種海鮮，尤其是高單價的海鮮材料，故毛利率並不高。

- 其他商品

- (1)利潤商品-炸紫菜卷

說明：炸紫菜卷屬於季節性商品，為當季主打商品，主要販售時間為春季，對應紫菜的產季，故毛利率較高。

- (2)一般商品-辣炒年糕

說明：辣炒年糕為大眾喜愛的韓式小吃，在店裡的銷售排行在中間值，加上所需的材料並不貴，所以是一般商品。

- (3)齊全商品-芝士炸雞

說明：加了芝士的炸雞，屬於重口味愛好者的喜愛，但芝士的成本高，故

毛利率低。

- 滯銷品

(1)育成商品-韓式部隊鍋

說明：韓式部隊鍋營業額佔比較低，但毛利率高，材料豐富，但因單價高，顧客較不會選擇此產品。

(2)展示商品-烤牛肉拼盤

說明：因為店裡主要主打鍋類和小吃，相較之下，顧客會優先選擇其他商品。

(3)淘汰品-炸醬義大利麵

說明：炸醬義大利麵為淘汰品，雖依舊有顧客選擇，但數量很少。

- 建議

(1)促銷育成商品與展示商品：建議可以適時做促銷活動，例如買一送一等，增加顧客的選擇，提高購買的意願。

(2)淘汰品觀察：針對淘汰品，可以再觀察三到六個月的時間，這期間搭配促銷活動，若銷售依舊不如預期，可以選擇停賣，或是修改產品內容。

## 二、双十八木

### 1. 五力分析

- 產業競爭者 高

飲料業有許多知名品牌和店家共同競爭，如 50 嵐、迷客夏等，行業內部競爭激烈，双十八木須擁有自己的特點以及提升品質來吸引消費者。

- 替代品的威脅 高

市面上除了手搖飲之外還有許多替代品可供消費者選擇，像是瓶裝的果汁飲料和咖啡等，替代品種類眾多。

- 潛在進入者的威脅 中等

雖然飲料業的進入門檻低，但要建立並擁有自身品牌的知名度和顧客忠誠度是較困難的，所以須打造自身特色，與其他品牌同競爭。

- 供應商議價能力 高

飲料的原料茶葉、牛奶和糖的來源是和總部叫貨才會分發下來的，來源單一且會控制叫貨量。

- 顧客的議價能力 高

因為有許多品牌商家可供消費者選擇，且飲料的替代性高，所以消費者容易選擇其他品牌和產品，所以双十八木可以透過差異化來開發新客群並鞏固現有客群。

### 結論

根據以上分析，雙十八木在逢甲商圈的飲料業面臨高度競爭。此外，市場上存在大量的替代品，消費者選擇多樣，替代品威脅高。飲料業進入門檻低，但建立品牌知名度和顧客忠誠度困難，因此潛在進入者的威脅中等。由於主要原料由總部控制，供應商議價能力高。而消費者因為有多種選擇，議價能力也高。雙十八木需要通過提升產品品質、創新和強化品牌形象來應對這些挑戰，吸引和維持顧客。

2. STP 分析

S 市場區隔	T 目標市場	P 市場定位
<p>1. 年齡：15-40 歲的年輕人和學生。</p> <p>2. 性別：不限性別</p> <p>3. 地區：集中在台灣都市地區，特別是台中逢甲夜市周邊。</p> <p>4. 品味偏好：喜歡新鮮果茶和奶蓋茶，有飲茶習慣，追求口感和品質。</p> <p>5. 購買行為：經常購買飲品，願意嘗試新產品，有忠誠度。</p>	<p>1. 年輕人和學生：是手搖飲料的主要消費者，對新品牌接受度高，喜歡嘗試新口味。</p> <p>2. 上班族：尤其是在都市地區工作的青年人，在工作之餘需要飲品提神，且對品質有較高要求。</p> <p>3. 健康愛好者：重視健康，偏好天然、無添加的飲品，雙十八木可以通過強調茶葉的品質和新鮮水果來吸引此群體。</p>	<p>1. 品質定位：強調使用高品質的茶葉和新鮮水果，符合消費者對高品質生活的追求。</p> <p>2. 品牌故事：利用品牌故事和獨特的品牌 Logo，創造品牌的親和力和辨識度，增強消費者的品牌認同感。</p> <p>3. 創新產品：推出多樣化的產品系列，滿足不同消費者的需求；不斷創新口味和飲品類型，保持市場競爭力。</p> <p>4. 服務質量：通過優質的顧客服務和消費體驗，增加顧客的忠誠度和口碑。</p>

表格 7、双十八木 STP 分析

3. 商業模式九宮格

關鍵合作夥伴	關鍵活動	價值主張	顧客關係	目標客群
<ul style="list-style-type: none"> <li>上游供應商 (設備、原料等...)</li> <li>外面平台、物流公司</li> <li>品牌行銷合作夥伴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>飲品研發創新</li> <li>品質控管</li> <li>市場營銷及推廣活動</li> <li>客戶關係維繫</li> <li>維護平台系統及社群媒體</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提供高品質、新鮮有機的飲品</li> <li>獨特的風格及創意飲品的選擇</li> <li>獨家的代表象徵、周邊商品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>優良的顧客服務</li> <li>社交媒體互動與社群經營</li> <li>定期舉辦活動與促銷</li> <li>新品試喝會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>手搖飲愛好者</li> <li>追求品質的消費者</li> <li>週邊的過路客、學生及上班族</li> </ul>
	<p>關鍵資源</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>高品質的原料供應</li> <li>訓練有素的員工</li> <li>設備與店面</li> <li>品牌商譽</li> </ul>		<p>通路</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>實體店面</li> <li>社群媒體營銷</li> <li>外送平台</li> </ul>	
<p>成本結構</p>		<p>收益流</p>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 原料成本</li> <li>• 運營成本</li> <li>• 設備及維護成本</li> <li>• 人事成本（培訓與薪資）</li> <li>• 營銷推廣成本</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 飲品外送、外帶銷售量</li> <li>• 聯名周邊商品銷售量</li> </ul>
--	---

表格 8、双十八木商業模式九宮格

4. SWOT 分析

內部分析	優勢 Strengths	劣勢 Weaknesses
	<p>(1) 位於逢甲商圈附近，有固定且穩定的客源。</p> <p>(2) 定期推出季節限定新產品和活動，吸引消費者。</p> <p>(3) 強調茶的品質，且品項眾多，可滿足不同客戶的需求</p>	<p>(1) 飲料業競爭激烈，需要創新和提升產品品質。</p> <p>(2) 選擇在地茶葉和原料，成本較高。</p>
外部分析		
機會 Opportunities	SxO	WxO
<p>(1) 有提供學生證打折的活動，吸引學生客群。</p> <p>(2) 有線上的點餐</p>	<p><b>多元產品和優良品質 + 線上訂購：</b>利用品牌堅持茶的品質以及多元的品項結合推廣線上點餐的服務，讓消費者願意且安心</p>	<p><b>同業競爭激烈 + 線上訂購：</b>因為飲料業競爭激烈，可以利用線上訂餐提升顧客滿意度。</p>

系統，提升顧客點、取餐的效率及體驗。	的選擇。 <b>穩定客源 + 吸引學生客群</b> ：利用環境優勢，提供優惠吸引在地的學生客群，開發新客群。	
<b>威脅 Threats</b>	<b>SxT</b>	<b>WxT</b>
(1) 替代品威脅高，有許多罐裝飲料可供消費者選擇。  (2) 潛在進入者威脅中等，進入障礙也偏低。	<b>多元產品和優良品質 + 替代品威脅</b> ：透過品牌堅持茶的品質以及多元的品項增加顧客滿意度，來降低替代品的威脅。 <b>穩定客源 + 潛在進入者威脅</b> ：利用環境優勢，透過活動鞏固客群，減少新進入者威脅。	<b>同業競爭激烈 + 替代品威脅</b> ：可以推出更多不同活動，抵抗同業和替代品的威脅。

表格 9、双十八木 SWOT 分析

5. 商品 ABC 分類

毛利額				
營業額		A	B	C
	A	復刻紅拿鐵	復刻紅奶蓋	絕代小雙 Q
	B	黑糖粉圓冰	波霸鮮奶茶	荔枝凍檸
	C	春韻水果茶	冰淇淋紅茶	黑糖波波鮮乳

表格 10、双十八木商品 ABC 分類

- 暢銷品

- (1)重點販賣商品-復刻紅拿鐵

說明：復刻紅茶為双十八木招牌茶類，且拿鐵系列為双十八木熱銷系列，所以復刻紅拿鐵為重點販賣商品。

- (2)大量販售商品-復刻紅奶蓋

說明：奶蓋系列為熱門品項，銷售排行位居第二，鹹甜奶蓋搭配上茶類一起飲用，深受許多客人喜愛。

- (3)犧牲品-絕代小雙Q

說明：因為配合活動推廣，使其銷售第三，加了珍珠及椰果，原料成較高，利潤較低。

- 其他商品

- (1)利潤商品-黑糖粉圓冰

說明：黑糖粉圓冰為季節性商品，為當季主打商品，冰沙類主要販售期間為五月至八月，故毛利率較高。

- (2)一般商品-波霸鮮奶茶

說明：波霸鮮奶茶為大眾飲品，在店裡銷售排行位於中間值，加上所需的原料不貴，所以是一般商品。

- (3)齊全商品-荔枝凍檸

說明：加了荔枝露的無茶飲品，是不想喝茶類的人的首選，但因寒天及茶凍的成本較高，故毛利率低。

- 滯銷品

- (1)育成商品-春韻水果茶

說明：因單價高，所以顧客比較不會選擇此產品。

- (2)展示商品-冰淇淋紅茶

說明：双十八木主打新鮮水果與拿鐵類，因此顧客會優先選擇其他飲品，

不會選擇此商品。

### (3)淘汰品-黑糖波波鮮乳

說明：黑糖波波鮮乳為淘汰品，雖然仍有顧客選擇，但較少。

- 建議

(1)促銷育成商品與展示商品：可以在顧客等待點餐或飲品時，給他們試喝並介紹，提高購買的意願。

## 柒、系統比較與執行成效

### 一、資訊系統基本資料比較

店家名稱	韓虎嘯	双十八木
作業系統	IOS	WIN 10
使用軟體	i CHEF	麻吉 POS
開發公司	資廚管理顧問有限公司	麻吉數位股份有限公司
開發語言	前端 Apollo、後端 Python	不對外提供
已使用年限	4 年	1 年
價格	2,950 元/月	28,380/年
特色	協助內場和外場溝通、能夠依照使用者需求調整流程	便利的操作介面、彈性的功能架構、品質穩定

表格 11、資訊系統基本資料比較

## 二、資訊系統功能比較

	韓虎嘯	双十八木
行業別	餐飲業，有內用、外帶、外送的服務。	飲料業，僅有外帶、外送的服務。
使用工具	<ul style="list-style-type: none"> <li>• iPad：點餐</li> <li>• 櫃檯 POS 機：結帳</li> <li>• 內場和外場出單機</li> <li>• 發票機</li> <li>• 信用卡機</li> <li>• 掃描器：Line pay 付款條碼或載具條碼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• POS 機：點餐和結帳</li> <li>• 出單機</li> <li>• 標籤機</li> <li>• 發票機</li> <li>• 掃描器：Line pay 付款條碼、街口支付條碼或載具條碼</li> </ul>
功能	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 功能較複雜，擁有銷售功能，另外還需要計算服務費、計算多種折價卷（例如 9 折、88 折等）的功能，也需要有候位系統。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 功能較少，只需基本銷售功能，僅有環保杯的折扣和學生優惠，這兩種金額較小的折扣額，需要用到優惠功能。</li> </ul>
使用權限	結帳需要輸入密碼，結帳不限制任何權限，店員都能使用，但只有店內主管能直接登入查看後台資料。	分為老闆和員工的權限，老闆可以改單，員工只能基本點餐。
備份	iCHEF 雲端系統隨時隨地任何時刻自動備份。	每天早晚班結帳店員都會備份傳至總公司。
當機處理	不太會有當機問題，目前還沒遇到過。	打給系統的客服人員請他們處理。

顧客所見到 的畫面	點餐時顧客不會看到 pos 機畫面，僅透過店員口述核對餐點。	顧客會自行看螢幕來核對餐點。
--------------	--------------------------------	----------------

表格 12、資訊系統功能比較

### 三、執行成效

- 韓虎嘯

導入資訊系統後，使用 iPad 點餐和櫃檯機器結帳加快點餐和結帳速度，大幅縮短顧客等待時間。除了有整合候位系統和銷售功能，簡化員工工作流程，使內部運作更加流暢。還提供多種支付方式，能提升顧客便利性和支付意願。不過點餐時顧客不會看到 pos 機畫面，僅能透過店員口述核對餐點，可能會導致溝通上的不便和錯誤。

- 双十八木

導入資訊系統後，店家能夠使用一台機器完成外帶和外送的點餐流程，同時整合電子支付系統，大幅提高結帳效率，顧客也可以直接在頁面上確認點的餐點是否正確，提升了訂單準確性。而在注重出餐速度的手搖飲店，這套資訊系統是能夠有效提升店內運作效率的。

捌、經營策略與行銷策略比較

一、經營策略比較

項目	韓虎嘯	双十八木
優點	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 店內裝潢韓風</li> <li>• 季節優惠活動多元</li> <li>• 多元化購買方式（內用、外帶）</li> <li>• 主打韓式料理，口味正宗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 打造特色台灣茶</li> <li>• 開放式吧台</li> <li>• 與外送平台合作，配送效率高</li> <li>• 多元的顧客群體，包括學生及觀光客</li> </ul>
缺點	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 員工流動率高，服務質量不穩定</li> <li>• 店面地點偏遠，顧客流量不足</li> <li>• 無使用庫存系統，易造成存貨積壓</li> <li>• 韓式料理市場競爭激烈，差異化不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 需要跟總部進貨，供應鏈議價能力</li> <li>• 店面租金較高，經營壓力大</li> <li>• 優惠活動種類少，吸引力不足</li> <li>• 店面設計風格單一，缺乏吸引力</li> </ul>

表格 13、經營策略比較

二、行銷策略比較

項目	韓虎嘯	双十八木
優點	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 積極經營社群媒體，增加品牌曝光</li> <li>● 與部落客合作，擴大宣傳效果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 與學校合作，推出學生特價活動</li> <li>● 與外送平台合作，增加銷售渠道</li> </ul>
缺點	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 非獨立地區品牌，競爭激烈</li> <li>● 社群媒體活動頻率不高，影響力有限</li> <li>● 行銷活動過於依賴部落客，風險高</li> <li>● 與競爭對手差異化不明顯，缺乏獨特賣點</li> <li>● 廣告投放不夠精準，效果一般</li> <li>● 部分產品價格偏高，顧客接受度低</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 不積極於線上行銷，品牌曝光不足</li> <li>● 缺乏創新行銷手段，吸引力不足</li> <li>● 行銷範圍較低，促銷力度不足</li> <li>● 對新客戶的吸引力不足，客源有限</li> </ul>

表格 14、行銷策略比較

## 玖、建議

由於韓虎嘯和双十八木都是屬於餐飲業，透過波特五力分析可以發現，此產業進入門檻較低，產業競爭者多且替代品的威脅高，另外他們都屬於連鎖業者，因此需與總部進貨，因此供應商議價能力都屬於中偏高，兩家所在地點也屬於租金較高的地方，經營成本和風險高。

且我們透過 STP 分析，為兩家店找出了目標受眾及市場定位。例如，韓虎嘯可以吸引喜歡韓國文化的消費者，而双十八木則可以利用柴犬可愛的形象，吸引同時喜歡手搖飲和柴犬的顧客。

並進一步通過 SWOT 分析，我們認為兩家店都需要維持商品品質並積極創新，以提供優質的消費體驗。儘管兩店家的策略有所不同，但都有其獨特的優勢和挑戰。雙十八木處於租金較高的地區，可以利用這一點吸引附近的客群。他們很好地利用了逢甲商圈的位置，通過向逢甲大學的學生提供優惠來吸引顧客，並應該持續努力留住這些顧客。而韓虎嘯雖然不位於繁華的商圈，但它臨近東海商圈和台中工業區。我們建議他們積極吸引這兩個區域的顧客，通過各種優惠和創新活動來吸引新顧客。總的來說，兩家店都應根據自身的市場定位和優勢，制定相應的策略，以提升經營效益。

### 一、對韓虎嘯的建議

#### 1. 加強優惠活動

例：特定品牌日、季節性優惠活動等，以增加客流量和顧客粘性。

#### 2. 優化庫存系統

例：引入自動化庫存管理系統，提高庫存管理效率，減少因庫存問題造成的損失。

#### 3. 加強地點選擇

例：未來新店選址應考慮更靠近商圈或人流量大的地區，增加曝光率和客源。

#### 4. 善用 POS 系統

例：添加電話預訂登記系統，而不是使用紙本登記

### 二、對双十八木的建議

#### 1. 提升線上行銷力度

例：積極經營社群媒體和網絡廣告，增加品牌曝光率和知名度。

#### 2. 增加優惠活動種類

例：除現有活動外，可針對不同人群（如學生、上班族）推出定制化優惠活動，吸引更多顧客。

#### 3. 完善會員制度

例：提供更多會員專屬優惠和活動，增強會員的忠誠度和消費頻率。

#### 4. 人才培訓

例：由於店內工讀生數量多於正職，流動率較高，讓員工熟悉各個崗位很重要，但還是建議先以熟悉一個區域再換到下一個區域比較好。

#### 5. 設備新增

例：點餐機只有一台，來店顧客將有與電話訂餐顧客重疊，建議將來店顧客與電話訂餐顧客分開機台操作。

## 壹拾、 結論

通過對韓虎嘯 Jmall 店和双十八木逢甲店的點餐系統及其營運狀況的深入分析，得出以下結論：

韓虎嘯和双十八木的點餐系統在設計和運作上各有特色。韓虎嘯採用了更為複雜的系統，以滿足其多樣化的菜品和高峰期的需求，而双十八木則注重簡便和快速，以適應其高流動性的顧客群體。韓虎嘯的點餐系統在處理訂單和管理上具備高度的精確性和細緻性，有助於提升顧客的用餐體驗，但也增加了操作的複雜度和成本。相對地，双十八木的系統雖然簡單易用，但在面對高峰期的應對能力上存在一定的挑戰。韓虎嘯面臨著客流量下降和經營壓力，這與其所處地理位置和近期經濟環境有一定關係。双十八木則因地處觀光區，客流穩定且具季節性高峰，但仍需進一步提升顧客服務和產品品質以鞏固市場地位。

為了幫助這兩家餐飲業者提升經營效能和服務品質，針對韓虎嘯建議引入更為靈活的點餐系統以減少操作負擔，同時加強市場推廣和客戶關係管理，針對特定時段和客群推出促銷活動，以提升客流量。而双十八木則應優化現有點餐系統，提高處理訂單的效率，並且在產品創新和品質提升上投入更多資源，進一步強化品牌形象和顧客忠誠度。

我們通過本報告對兩家餐飲業者的深入探討，提供了一些具有操作性的建議，希望這些建議能夠為業者提供參考，促進其持續發展，實現長遠的經營目標。

## 壹拾壹、心得

李偲瑜：

透過這次的報告，我更加深入了解了店家的運作模式，並認識到營運一間店面所面臨的各種挑戰。這次的報告讓我明白了，無論是餐飲店還是飲料店，都需要在點餐系統、庫存管理以及顧客服務上投入大量的精力和資源。身為在双十八木打工的員工，我透過這次的報告學習到了許多寶貴的知識和技能，包括管理庫存和使用 POS 機的重要性。

在庫存管理方面，我了解到及時準確地管理庫存不僅能避免浪費和損失，還能確保每一位顧客都能得到新鮮的產品。POS 機的使用則讓我體會到數據化管理的便利性，能夠迅速處理訂單，減少顧客等待時間，提高服務效率。

此外，這堂課還讓我認識到了許多新的分析手法，例如商品 ABC 分類法。通過實際操作，我發現這些分析工具能夠幫助公司更準確地評估銷售狀況，識別出暢銷商品和滯銷品，從而制定更好的庫存和銷售策略。這不僅能提高公司的運營效率，還能更好地滿足顧客的需求，提升顧客滿意度。

在做報告的過程中，我們的組員各自分工明確，每個人都認真完成自己的部分，同時也互相幫助和協作，確保整個報告的順利進行，這次合作的經驗讓我深刻體會到團隊合作的重要性。每個人的努力和貢獻都是成功的關鍵，只有通力合作，才能發揮出最好的效果。這不僅使我們的報告質量得到了提升，也讓我們在過程中學會了如何有效地溝通和協作。

總結這次的學習經驗，我了解到理論與實踐相結合的重要性。未來我希望能夠將這堂課所學到的知識和技能運用到實際工作中，幫助店家提升運營效能，實現更好的業績和發展。

吳宜薰：

之前在其他課堂上接觸到的研究方法大概就是 SWOT、五力分析等等，但這次因為資訊管理這堂課實際操作了商業九宮格、商品 ABC 分類等等的方法，能夠更

仔細分析出來每家企業的優缺點和，也能夠更精準的比較出各個差異，有幸能夠有這個機會深入了解種種分析工具和方法，使我對企業的運作有了更深刻的理解，此外 MIS 提升了我數據分析的能力，並且能夠針對弱點來提供改善建議，強化系統思維，這些能力都將在我未來的職涯生活中發揮重要作用，對我受益良多。

何胤綺：

我有打工的經驗，因此對於 POS 系統不算陌生，但僅限於我打工的那家店的系統，不過因為我只是工讀生，有許多權限不能使用，所以我原本以為 POS 系統只是簡單的點餐和結帳功能，但在採訪店家、做這份報告的過程中以及聽其他組同學的報告時，我發現它擁有的功能比我想的多了許多，還包括庫存管理、數據整理等多方面的功能，這可以幫助店家更好地管理業務，例如透過系統中所記錄的銷售量，來進行商品 ABC 的分類，以制定各項商品的行銷方式，而雖然報告中的店家系統沒有這項功能，但我知道有些系統還擁有紀錄每段時間的來客量之功能，店家也可以以此數據為依據來排班，由此可知它是一個非常重要的工具，不論是對於店家還是顧客，都能帶來一些效益，不過這些功能的有效應用取決於店家的需求和使用方式，即使是同一個系統，也可以根據不同店家的需求來調整和優化功能，只要店家能夠確定自己的需求，就能利用系統大幅提升店內作業流程的效率，我認為這也是資訊系統最厲害的部分。

總之，透過這次報告的過程讓我對資訊系統有了全新的認識和理解，它不僅僅是技術工具，更是提升服務質量和經營效率的重要手段。不過

但反過來思考，也有許多小本經營的小吃店不使用 POS 系統，這雖然會使結帳和統整資訊的時間延長，不過這樣就不需要支付系統費用了，對於這些店家來說，不使用 POS 系統或許是更好的選擇，所以即便資訊系統能為店家帶來不少效益，但還是得根據自身的需求來決定是否使用這一項工具。

陳采青：在管理資訊系統課程中，通過這次的學習和實踐，我收穫了豐富的知識，也提升了自己的綜合能力。在討論過程中，我們深入分析了韓虎嘯與双十八木的經營策略，發現不同的企業能夠通過多樣化的策略來適應市場需求。例如，韓虎嘯注重韓風裝潢和多元優惠活動，吸引了大批喜愛韓國文化的顧客；而双十八木則專注於台灣茶的特色，並通過品牌知名度來吸引茶飲愛好者。這讓我認識到，成功的經營策略需要根據企業的定位和目標市場進行精心設計。同時，我也了解到行銷策略的重要性。韓虎嘯利用社群媒體和部落客合作，增加了品牌曝光率，而双十八木則通過與學校合作，推出學生特價活動，吸引了年輕消費群體。這些策略展示了行銷的重要性以及其對提升品牌認知度和顧客忠誠度的巨大影響。我還認識到了管理資訊系統在企業運營中的關鍵作用。韓虎嘯尚未使用自動化庫存管理系統，導致庫存管理效率低下；而双十八木雖然有庫存系統，但其單一的供應鏈管理也帶來了一定的挑戰。這些現象使我們認識到管理資訊系統能夠顯著提升企業的運營效率和競爭力。在這次學習的過程中，我們的團隊成員各自分工，負責不同的部分，包括資料收集、數據分析、報告撰寫和報告呈現。在這個過程中，我學會了如何有效地溝通、協調工作進度，以及解決問題。每一位成員都發揮了自己的特長，共同完成了這份詳細的報告。感謝老師在整個過程中給予的指導和支持並且耐心解答讓我受益匪淺，也讓我在學習中獲得了很多新的知識和技能。這次的學習讓我深刻體會到管理資訊系統在現代企業運營中的重要性，同時也認識到經營策略和行銷策略的多樣性和創新性。通過對韓虎嘯與双十八木的比較分析，我不僅增強了理論知識，還提升了實踐能力，這將對我未來的學習和職業生涯產生深遠的影響。

李芳仔：在這學期的報告，我們在期中的報告採訪了店家韓虎嘯和双十八木，在餐飲業和飲料業間得知了許多不同的資訊。這些訪問讓我們更深入了解這兩家店的運作模式和需求，並且發現了 POS 系統在不同行業中的應用和差異。在韓虎嘯的部分，餐飲業中需要有內用座位，所以在 POS 系統上有店內座位的圖可以點選，提高了用餐的便捷性和舒適度。相較於韓虎嘯，双十八木 POS 系統的主要功能則是以點餐結帳為主。這種差異讓我們了解到不同的行業和產業需要不同的 POS 系統設計，廠商也針對不同店家提供客製化的服務，以滿足各個不同的需求和需求。

在報告過程中，我們也比較了兩個店家間的不同分析以及優缺點。這些分析讓我們了解到韓虎嘯和双十八木在營運模式、服務質量和顧客需求方面的差異。例如，韓虎嘯需要更多的座位管理和顧客服務，而双十八木則需要快速的點餐和付款處理。這些差異讓我們了解到不同的行業和產業需要不同的策略和解決方案，以滿足各個不同的需求和需求，我們也利用我們分析得出的結果和我在企管系的所學，為店家提供了不同的建議，像是營運模式的改進、服務質量的提高和顧客需求的滿足等，幫助店家能夠更好、更完善地為顧客服務，提高顧客滿意度和忠誠度，從而提升利潤和競爭力。

最後，這次的報告讓我們了解到不同的行業和產業需要不同的策略和解決方案，以滿足各個不同的需求和需求，也了解到 POS 系統在不同行業中的應用和差異，並且發現了這些系統如何幫助店家提高服務質量和顧客滿意度。希望這些經驗和知識將會對我們未來的學習和工作產生重要的影響。

曾筠婷：過去我對於 POS 系統感到很陌生，不過藉由這次報告的，使我對資訊系統有了更全面的理解和認識。透過直接去訪問這些店家，與老闆和員工進行交流，了解他們日常操作 POS 系統的情況和它如何影響店家的營運。在訪問過程中，我們注意到不同店家使用的 POS 系統有些許差異，在選擇 POS 系統時需要考慮的各種因素，包括系統的成本、功能需求、使用便捷性和售後服務，這

些因素都是店家營運效率和顧客滿意度的重要組成部分。隨著商業模式的多樣化，店家對 POS 系統的功能需求也越來越多樣化，才能夠更好地適應不同業務需求，這對於提升店家的競爭力至關重要。藉由導入資訊系統不僅可以提高員工的工作效率，還可以減少培訓時間和成本。因此選擇一個合適的 POS 系統，需要綜合考量多方面的因素，才能確保它能夠真正幫助店家的營運和長期發展，這次報告不僅讓我學到了理論知識，也讓我獲得了寶貴的經驗，使我在未來的學習和工作中，能夠更好地運用這些知識。



壹拾貳、 工作分配

- 一、採訪：曾筠婷、吳宜薰、何胤綺、陳采青、李芳仔、李偲瑜
- 二、word 製作：曾筠婷、吳宜薰、何胤綺、陳采青、李芳仔、李偲瑜
- 三、ppt 製作：曾筠婷、吳宜薰、何胤綺、陳采青、李芳仔、李偲瑜
- 四、整理資料：曾筠婷、吳宜薰
- 五、聯繫店家：何胤綺、陳采青、李芳仔、李偲瑜

壹拾參、 資料來源

Double 18 Tea. (n. d.). <https://www.double18tea.tw>

iCHEF POS. (n. d.). *iCHEF official website*. <https://www.ichefpos.com>

i-Buzz. (2023. 11. 30). *虛實整合創新行銷，疫情帶動的數位新經濟*. <https://www.i-buzz.com.tw/article/article?atype=industry&id=478>

DigiKnow. (2024. 03. 01). *2024 台灣餐飲業趨勢觀察*.  
<https://www.digiknow.com.tw/knowledge/65e03c2ba07c2>

Lndata Taiwan. (2023. 03.). *激飲狂潮-用數據揭密全台手搖飲*.

Medium. <https://lndata-taiwan.medium.com/激飲狂潮-用數據揭密全台手搖飲-5d2608cbb3e5>

TW Trend. (2022. 04.). *飲料業發展趨勢(2022 年)*

[https://www.twtrend.com/trend-detail/beverage\\_service\\_activities\\_2022/](https://www.twtrend.com/trend-detail/beverage_service_activities_2022/)

TW Trend. (2022. 03.). *餐飲業發展趨勢(2023 年)*

<https://www.twtrend.com/trend-detail/food-and-beverage-service-activities-2023/>

壹拾肆、 訪問照片



圖 29、韓虎嘯訪問



圖 30、双十八木訪問