

110 學年度 微型創業實務 期末報告 營運企劃書

創業團隊名稱：OSAKA 大阪燒

創業團隊人員：社工 3-1 簡均穎 408210016

社工 3-1 黃欣鈺 408200007

社工 3-1 陳建霖 408210033

社工 3-1 許祐瑁 408210017

社工 3-1 鍾鎮鴻 408210030

應日 2-1 李冠霓 409560001

創業指導老師：王宗松

目錄

第一章、創業機會與構想

- 一、過去的創業學習經驗.....1
- 二、創業構想與願景.....1

第二章、產品與服務內容

- 一、產品與服務內容.....2
- 二、營運模式.....2
- 三、營收模式.....3

第三章、市場與競爭分析

- 一、市場特性與規模.....4
- 二、目標市場.....4
- 三、競爭對手與競爭策略分析.....5
- 四、SWOT 分析.....6

第四章、行銷策略

- 一、目標消費族群.....7
- 二、行動方案.....7

第五章、財務計畫

- 一、預估損益表.....8

第六章、結論與投資效益

- 一、營運計畫之結論.....10

二、效益說明.....	10
三、潛在風險.....	10
第七章、參考資料.....	11

第一章、創業機會與構想

一、過去的創業學習經驗

本團隊成員過去曾參與過的產業領域頗為廣泛，從旅遊、餐飲、行銷、到第一線服務業皆有所涉及。對於創業也有些許經驗，例如：建立購物網站並實際運作、中小型餐飲攤販等。

我們這組的經驗都是以自身打工與經驗來進行發想，最後我們討論出一個有關親子活動為主題的餐廳，剛好我們這組都很喜歡大阪燒、章魚燒，因此我們這組藉由親子與美食結合打造一個親食共榮的場所。

二、創業構想與願景

隨著科技進步，「人手一機」的現象已十分普遍，此狀況雖然在互相聯絡的方面帶來了極大的便利，卻使人們的關係漸行漸遠。由於經濟體系的改變與科技時代的進步，家庭形式逐漸偏向於核心家庭的概念，許多家長會因為工作繁忙而將小孩託付給保母、托育所、安親班等場所照顧，親子的互動與相處時間減少、關係親密度漸漸下降。

本公司想藉由章魚燒與大阪燒，兩種平時常見、口味符合大眾喜愛、製作上也較適於教學的料理，其家人一起製作的過程，促進人與人之間距離的並拉進以及家庭互動的增加，進而達到提升關係的目的。

第二章、產品與服務內容

一、產品與服務內容

OSAKA 大阪燒將平時民眾心血來潮想自己製作章魚燒、大阪燒料理時，會面臨的困難，例如：器具、材料數量的掌握、事前的開早與事後的收場等等，全部都一手包辦。客人們只需要挑選自己想要的食材並能夠開始製作；結束後也不需要東爭西吵誰要負責收拾桌面與清洗碗盤，如果製作時有問題不知道如何處理也可以隨時詢問店員，不用從不清不白的網路上找尋答案。

店內不僅會擺放麵糊以及各式各樣的材料供民眾挑選以創造出獨一無二屬於自己的料理，也提供包含無限暢飲的飲料吧和冰淇淋吃到飽的自助吧，讓大家在努力為自己準備餐點的同時，可以有短暫休息片刻的涼水點心配著享用。

為了避免大部分客群對此方面因經驗較少而不知從何開始的場面，在每一個座位都會附有一張「印有章魚燒與大阪燒製作教學過程」的餐紙，此舉不僅能夠讓客人們有自我學習並成功的成就感，更能夠省下開始前替每桌講解的時間與人力。當然，如果途中有任何問題，詢問店員是完全沒有問題的。

二、營運模式

1. 每桌一開始備有麵糊一壺，如果用完了想要續壺，則需通知服務生請其幫忙續壺。選擇比較麻煩的方式，而非讓客人自行去自助吧取用，是因為藉此本團隊便能夠統計每桌的麵糊使用量（畢竟麵糊並不列入菜盤價錢計算），在備料時能夠更精準的預估用量。
2. 製作大阪燒的鐵板、章魚燒的鐵盤皆固定於訂製之桌子內，其他器具如小鏟子、尖錐、油刷……工具也都配附在每桌的工具櫃中，若因各種情況需要更多餐具數量，則可向店員反應索取。
3. 客人能夠至材料櫃選取想要加入大阪燒、章魚燒的食材，食材皆已清

洗乾淨、切成適合加入料理的大小、分量固定。

4. 自助吧提供無限暢飲的飲料，如一般常見的軟性飲料汽水機，也提供冰淇淋吃到飽。

三、營收模式

OSAKA 大阪燒擬定向每名入場民眾按標準收費，其費用包含器具租借、自助吧、事後清理等事項，不會再另外酌收服務費。

入場費收費標準	
大人	200 元
兒童（130 公分以下）	150 元
兒童（100 公分以下）	免收費

店內食材除麵糊外皆採自助式，將列擺於開放式冰箱當中供客人自由拿取，食材皆已清洗乾淨、切成適合加入料理的大小、分量固定。本團隊將食材粗略分為兩類，使用不同顏色的盤子盛裝，提醒消費者其價格不同。

關於浪費食材之費用收取，消費者在進入店內用餐前會被要求由一名代表簽屬同意書，同意本店若在結帳時檢查餐桌發現超過五十克之「未使用食材」殘留，將向其以桌為單位收取兩百元費用。

食材分類標準		
一般配料	紅盤	20 元／盤
魚肉類	黑盤	30 元／盤

自助吧內容包含無限暢飲的軟性飲料汽水機與吃到飽冰淇淋櫃，盛裝的餐具（杯子、甜點碗）皆擺放於該區域，需要使用的人再拿取即可，如需要酒精的話自助吧也會提供酒精作使用，也可向店員索取。

第三章、市場與競爭分析

一、市場特性與規模

Osaka 阿燒有別於傳統的大阪燒與章魚燒攤販，先做好後再依客人所挑選之口味做醬料調配，最後送到顧客手中；本店以自助式及客製化的方式打造出一個可以悠閒慢聊的氛圍，促進顧客之間的人際互動。

台灣近幾年來親子餐廳的數量成長快速，以兒童作為主要產業對象使產業蓬勃發展。早在 2017 年兒童消費市場的規模就已經達到 4.5 萬億元，其中親子餐廳雖僅占比 0.2%，但銷售卻近 90 億元，其成長幅度非常可觀。本團隊看中台灣親子餐廳尚未完全飽和的市場，希望能夠把握流行趨勢，為未來奠定經濟基礎。



圖一 台灣親子近一年討論聲量趨勢

二、目標市場

由於少子化的影響，現在的社會以慢慢塑造出「每個孩子都是寶」的家庭，以兒童為中心的家庭概念，家中支出大部分都是佔在孩子的方面。再者，由於家長與孩子平時皆很忙碌，因此在周末時把握時間培養感情甚是重要，能夠讓用餐與感情交流同時進行的親子餐廳便是一箭雙鵰的目的。

OSAKA 大阪燒不只將自己定位在親子餐廳，我們也把握各年齡層的客群；希望透過「不以翻桌率為目標」而是把客人留久一些，藉此增加消費金額之提

高的可能性。另外，本團隊選擇此種料理製作類型的餐廳，也是看中了能將其視為一種職涯體驗。

三、競爭對手與競爭策略分析

由於都市生活的步調很倉促，使得速食店與便利商店這種主打快速餐點的產業發展快速，大多數人只有在休假日得以好好用餐，導致本公司的餐廳類型較不易推廣。時下親子友善餐廳正興起，而又是互動型的又更為稀少，因此我們以上面上較少見的營運方式吸引民眾光顧，同時也利用年輕人時下的常用社群作推廣。

四、SWOT 分析

表一 SWOT 分析表

Strengths (優勢) 1. 新鮮感 2. 地點選於市郊 3. 增進人際關係互動 4. 客群廣泛	Weaknesses (弱勢) 1. 收費較高 2. 創業初期人力與資金運轉較不順利 3. 顧客只光顧一次
Opportunities (機會) 1. 在社群媒體做宣傳 2. 製含優惠券宣傳單 3. 增設兒童遊樂區	Treats (威脅) 1. 同類型餐廳數量仍在增加 2. 疫情不穩 3. 少子化的衝擊

SWOT 策略分析

1. Strengths (優勢)

此地點為屏東市區，親食共榮主題餐廳在屏東地區很稀少，民眾會感到新鮮感，加上地點選於市區交通便利，客群年齡層廣泛，增加親朋好友間的人際關係互動。

2. Weaknesses (弱勢)

因物價上漲，導致原物料收費較高，導致創業初期人力與資金運轉較不順利，屬本團隊主要弱勢原因之一，次要為顧客光顧偏低。

3. Opportunities (機會)

可在社群媒體做宣傳以及製作含優惠券宣傳單，提高宣傳度，並增設兒童遊樂區可讓小朋友與家長一起互動。

4. Treats (威脅)

特殊型餐廳市場數量仍在逐漸增加，加上現今全球疫情不穩，造成餐飲業的衝擊，以及台灣現在少子化數量逐年上升，缺少親子市場。

第四章、行銷策略

一、目標消費族群

本店以有小孩的家庭為主要客群，目的為提升其親子互動，此要客群為青壯年族群主要目的為日常放鬆的休閒娛樂，以及學校班級的慶功宴、謝師宴及活動體驗等包場活動。

二、行銷策略

針對年輕及親子族群，使用社群媒體 FB、IG 的方式，增加各種不同的族群接受資訊，例如 FB 買廣告、在親子美食體驗相關的社團發文，而 IG 的部分則是打廣告，增加#Hashtag 的使用提升曝光率。

推出各種不同的優惠吸引客群，例如當月壽星出示證明即可打 85 折，美此來店消費即可集一點，集滿 10 點即可一人免單，以及在各地發放宣傳單，在宣傳單上附有抵用券吸引顧客到來。

第五章、財務規劃

一、預估損益表

	前六個月	第一年	第二年	第三年
營業收入				
總收入 [J]	\$0	\$1,058,800	\$3,136,400	\$13,465,000
銷貨成本				
產品/服務 1	\$0	\$40,000	\$60,000	\$100,000
銷售總成本 [K]	\$0	\$40,000	\$60,000	\$100,000
毛利 [L=J-K]	\$0	\$978,800	\$3,016,400	\$13,285,000
營運費用				
銷售及行銷				
廣告	\$0	\$25,000	\$25,000	\$25,000
直效行銷	\$0	\$30,000	\$30,000	\$30,000
銷售及行銷費用總金額 [M]	\$0	\$55,000	\$55,000	\$55,000
研究與開發				
專利	\$0	\$50,000	\$50,000	\$50,000
研發費	\$50,000	\$100,000	\$250,000	\$500,000
研究與開發費用總金額 [N]	\$50,000	\$150,000	\$300,000	\$550,000
一般行政費用總金額 [O]	\$415,000	\$647,000	\$842,000	\$868,000
營運費用總金額 [P=M+N+O]	\$465,000	\$852,000	\$1,197,000	\$1,473,000
營運收入 [Q=L-P]	-\$465,000	\$186,800	\$1,979,400	\$11,912,000
淨利 [T=Q+R-S]	-\$465,000	\$132,860	\$1,817,580	\$11,237,750

二、預估資產負債表

	前 6 個月	第一年	第二年	第三年
資產				
流動資產：				
現金	\$200,000	\$200,000	\$1,000,000	\$2,000,000
應收帳款	\$0	\$1,078,800	\$3,236,400	\$13,485,000
流動資產合計	\$200,000	\$1,278,800	\$4,236,400	\$15,485,000
固定資產：				
財產和設備	\$50,000	\$100,000	\$150,000	\$190,000
減累計折舊	\$5,000	\$10,000	\$15,000	\$20,000
固定資產淨值	\$55,000	\$110,000	\$165,000	\$210,000
總資產	\$255,000	\$1,388,800	\$4,401,400	\$15,695,000
負債和股東權益				
流動負債				
應付薪資	\$360,000	\$720,000	\$1,200,000	\$1,440,000
流動負債合計	\$360,000	\$720,000	\$1,200,000	\$1,440,000
股東權益：				
資本額	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000
股東權益合計	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000
負債合計和股東權益	\$1,360,000	\$1,720,000	\$2,200,000	\$2,440,000

第六章、結論與投資效益

一、營運計畫之結論

身為時下最熱門的親子餐廳，順著 DIY 自己煮的趨勢愈來愈高，這種能夠體人們生活增加新鮮感的餐廳成長與收入是十分可觀的，非常值得一試。

二、效益說明

根據已開始的創業貸款與單月的營運之初所計算之下的結果，來看大約需要一年的時間回本，此期間仍保有淨賺。

三、潛在風險

對於食材的過度浪費雖然我們有酌收清潔費，仍是一個無法預估的風險存在，接著是在高溫下的鐵板若操作不當可能有顧客燙到的危險，最後是顧客的失落感，若來店的顧客無法成功完成或不上手可能會抱有失望的感覺。

第七章、參考資料

行政院主計處. (無日期). 行政院主計處-薪資及生產力統計.

2011 年 6 月 4 日擷取自行政院主計處 :

https://earnings.dgbas.gov.tw/query_payroll.aspx 李開復. (2008 年 11 月 22 日). 微軟對決

Google: 只講"雲"是不負責任的. (中國企業家雜誌, 採訪者)

教育局社教科股長吳炘如. (2011 年 4 月 27 日).

補習班評鑑 6 月上路. (自由時報記者邱紹雯, 採訪者)

教育部各縣市短期補習班資訊管理系統. (無日期). 全國補習班最近十年成長統計圖表. 2011 年 6 月 1 日擷取自教育部委託高雄市政府教育局設計之直轄市及各縣市短期補習班資訊管理系統 :

http://bsb.edu.tw/afterschool/register/statistic_10_total.jsp