

投稿類別：商業類

篇名：

青年創新創業經營策略分析－以苗栗找蓋茶為例

鄭雅竹。私立建臺高中。綜合高中三年實班

黃禹晨。私立建臺高中。綜合高中三年實班

藍立雯。私立建臺高中。綜合高中三年實班

指導老師：劉昀蓁老師

壹●前言

一、研究動機

近年來政府透過各式創業輔導政策，大力鼓勵青年圓夢創業，結合各地方政府資源與青年貸款讓年輕人實現創新創意構想，目前已蔚為風潮，依據經濟部民國 103 年底統計，大型企業員工數約一百五十萬左右，微型企業的就業人數超過三百萬人數以上，因此微型企業的隱性經濟效益影響國家經濟力的成長或衰退，值得政府與民間更多的關注。

而在苗栗市的小巷內，正有一家苗栗青年自行創業的小店，名叫「找蓋茶」，讓人待在店裡一個下午都不會無聊，並且有著不同於連鎖飲料店的可愛風格，尤其是到了晚上總是能聚集年輕族群絡繹不絕前來，經過與店內員工聊天後發現，店長年紀輕輕就自行創業，這讓我們不經好奇找蓋茶創業的經營歷程與行銷策略為何，竟然能在競爭激烈的茶飲店中立有一席之地，同時研究找蓋茶這家店的消費行為及顧客滿意度分析。

二、研究目的

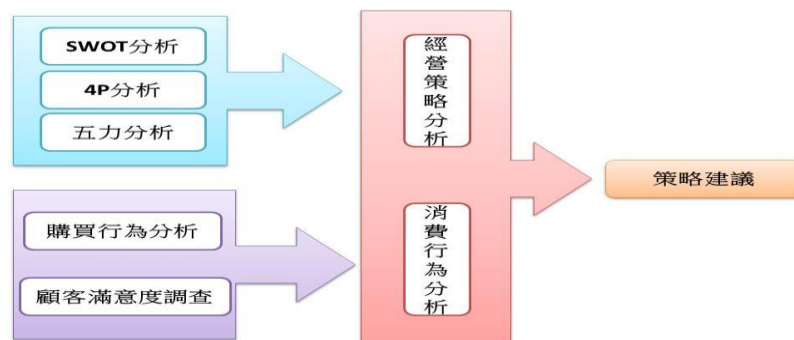
- (一) 探討微型企業「找蓋茶」的經營理念。
- (二) 以 SWOT、4P、五力分析了解微型企業「找蓋茶」市場優劣與行銷策略分析。
- (三) 分析消費者對微型企業「找蓋茶」的消費行為及滿意程度，提供業者參考。

三、研究方法及架構圖

(一)研究方法

1. 文獻分析法：本研究蒐集國內相關文獻，利用圖書館及網際網路，收集相關之報紙、書籍、期刊資料、網路資訊。
2. 問卷調查法：經由文獻分析及相關理論製作成問卷，最後進行統計分析，彙整出本研究的結論與建議。
3. 實地訪談法：前往找蓋茶詢問老闆相關問題。

(二)研究架構圖



圖(一) 研究架構圖

貳●正文

一、找蓋茶微型創業簡介

(一) 夢想起源

位於苗栗市的這家規模不大、員工共 5 人的「找蓋茶」是由一位大學畢業剛出社會的新鮮人李品廷獨資創設。李品廷還在讀嘉南藥理大學時就決定自己開店，曾經做過飲料店、手機店等打工工作，工作一陣子後不希望自己畢業後像新聞報導所說的只領 22K 的死薪水，尚未畢業前就立志自己開店，想要自己闖看看，成敗就看自己努力多少，於是大學畢業就決定回到家鄉實現他的夢想。由於自己喜歡喝飲料以及在外縣市看到能在裡頭不限時享用餐點、聊天休息的地方，發現苗栗並沒有類似的店家，所以決定在自己的家鄉開設這間獨一無二供人休息遊憩的場所，讓苗栗人不用跑到外縣市，也能享受高貴不貴的休憩飲料店，實踐自己對餐飲業的理想和企圖心。

(二) 準備工作歷程

從一開始對於飲料的技術一竅不通，曾經到某知名連鎖飲料店實習，努力地學習各種調配飲料技術以及默默觀察所需的器具，加上自己用心學習和融會貫通，到現在能自己獨當一面研發各式各樣新產品，並且樂在其中，後來還開設了另外一家分店。

(三) 資金來源與資金準備

開店資金是老闆靠著自己過去打工一點一滴辛苦存下來的錢，部分則是利用自己的人脈向親朋好友借來的，也多虧了有這些親朋好友的支持與鼓勵，才讓「找蓋茶」順利地開了店，完成了老闆的夢想。

(四) LOGO 設計及創意經營想法

「找蓋茶」以蓋茶為招牌飲品，則招牌 LOGO 是老闆以自己的飼養愛犬法鬥狗所構思出來的，店內擺設了許多法鬥狗相關飾品，同時也歡迎顧客帶寵物到店內休憩，就是希望自己曾經攜帶寵物到其他店家遭到拒絕的經驗，因此在創使這間店時，挹注自己對重物關愛的想法，讓客戶和寵物都能有賓至如歸的感覺。

(五) 開源節流

老闆在員工方面慎選優秀人才、認同老闆服務經營理念並用心在做的員工，並且能夠以最短的時間出菜給客人，在人力上不僅減少了成本，也帶給顧客最好的品質與保證。

店內裝潢為了達到開源節流，老闆決定自己動手 DIY，還有憑著自己的人脈找朋友幫忙。

(六) 增加顧客吸引力

店內也放置許多桌遊可以讓客人邊喝茶邊玩遊戲，增加休閒娛樂；一般飲料店會張貼請勿撲克牌避免客人佔位太久，找蓋茶跟其他飲料店經營不同，是因為店長希望所有上門的客人，可以和朋友像在家裡一樣舒適，用心經營這個屬於大家的空間。店家也時常不定期的推出促銷方案，配合不同節慶活動，像是在聖誕節時，與聖誕樹合照打卡則每杯飲料折 10 元，以及內用滿 199 元則送一杯手工奶酪，來吸引顧客上門。



圖(二) 店面位置



圖(三) 店面裝潢



圖(四) 店內桌遊



圖(五) 遊戲機臺-射飛鏢

二、找蓋茶的創意行銷手法與行銷 4P

為了達到目標行銷的目的，根據市場定位發展一套有效的「行銷組合」，來傳達企業產品的形象與地位，讓產品能順利銷售並獲利。「行銷組合」的四個因素通常稱 4P，這四種行銷策略最被廣為運用。以下是本組分析找蓋茶的行銷策略：

(一)產品策略(Product)

為了因應各年齡層的消費者，找蓋茶推出奶蓋類、茶類、果汁類、氣泡類、奶類以及炸物和輕食，並不斷地創新改良產品，提供消費者有多樣化的選擇。以下是我們為找蓋茶的產品所做的介紹：

表一 找蓋茶的產品介紹

產品種類	說明	圖示
找蓋茶	甜甜鹹鹹、香醇不膩的奶蓋配上甘甜的綠茶，在口中呈現絕配的口感，還有奶蓋上用抹茶粉撒出寵物腳掌的圖案，不斷的推陳出新讓人不僅在味覺上感到滿足連視覺上也得到享受。 創新手法：寵物腳掌的圖案和店徽法鬥狗的意象相關，讓顧客會心一笑。	 圖(六) 綠蓋
找好茶	所有茶類飲品所使用的茶葉都是經由老闆親自嘗試過多種茶葉後才挑選出不苦不澀、老少咸宜的口味。 創新理念：自己喜歡的才呈現給客人	 圖(七) 紅茶
找氣泡	在夏天最受歡迎的飲品之一。繽紛的色彩是來自於調酒的靈感，獨特的風味讓人沒齒難忘，彷彿徜徉在海洋。 創新手法：中高價位的咖啡店才會出現的氣泡飲品，讓顧客享有物超所值的享受。	 圖(八) 奇異世界
找新鮮	蔓越莓果粒使用的是新鮮水果果粒，喝起來酸酸甜甜的，像是戀愛的滋味，讓人不禁想一口接著一口，食材新鮮、不論外觀口感都非常吸引人，是找新鮮的暢銷第一名。 創新手法：獨特的巧思，加入用心食材，自然受顧客歡迎。	 圖(九) 蔓越莓果粒

找濃郁・口感	找蓋茶使用和其他飲料店不同的白色珍珠，並用心調配飲料層次、讓奶茶口感有層次，讓看似平凡的珍珠奶茶有一點點的不平凡。 創新手法：老闆獨特研發的奶茶，兼顧視覺與獨特口感。	 圖(十) 白玉珍珠奶茶
輕食・點心	重現香港的好味道。入口即化，外層熱騰騰的菠蘿麵包搭配冰冷的奶油在口中融合出令人前所未有的感受。 創新手法：取經香港茶餐廳的點心，豐富產品內容，讓顧客有更多不同的選擇。	 冰火菠蘿油。 圖(十一) 冰火菠蘿油
炸物・嘴饞	店長曾經在彰化吃到炸饅頭後，用心改良加入年輕族群喜愛的棉花糖，更豐富視覺與口感，銀絲卷中夾著棉花糖外酥內軟的口感，再淋上煉乳讓人吃了有種幸福的感覺。 創新手法：不斷嘗新嘗試，直到找出顧客喜愛的產品組合。	 甜蜜銀絲卷。 圖(十二) 甜蜜銀絲卷

(二) 價格策略(Price)

因為找蓋茶的主要客層為學生族群，所以定價不會太高也不會太低，大約在30~65元不等。

(三) 通路策略(Place)

南苗總店位在學校和公車站附近，吸引學生和等公車的人前來消費。另外在北苗也有一間分店，店家面積較大，提供親子遊戲的空間，讓媽媽們也可以放心的和姊妹們聚會，不用擔心小孩的安危。

(四) 推廣策略(Promotion)

1. 趁著淡季(11~1月)顧客數較少時，和員工不斷研發嘗試推出新產品。
2. 在颱風天、下雨天推出買一送一、聖誕節推出與聖誕樹合照打卡則每杯飲料折10元，以及內用滿199元則送一杯手工奶酪……等促銷來吸引顧客。

三、找蓋茶的SWOT分析

SWOT分析是一種運用在企業管理與策略發展上的思考、分析工具。當中，優勢

與劣勢是屬於內部環境條件的思考與分析。機會與威脅是外部環境的影響因素。以下是本組歸納整理出的找蓋茶 SWOT 分析：

表二 找蓋茶的 SWOT 分析

(一)優勢 Strengths	(二)劣勢 Weaknesses
1. 店內提供免費桌遊。 2. 店內悠閒的裝潢氣氛吸引客人。 3. 各式創新又美味的餐點。 4. 不限制用餐時間。 5. 可帶外食、寵物。	1. 價錢偏高。 2. 位置交通不便利。 3. 店內翻桌率較低。 4. 產品推陳出新時間較久。
(三)機會 Opportunities	(四)威脅 Threats
1. 苗栗地區較少有類似型態的店家。 2. 現代人越來越注重休閒娛樂。 3. 現代年輕人消費能力較好。	1. 市場上的飲料店類似度高，如何在眾多競爭者中取得消費者欽賴是目前業者須考量的問題。

四、找蓋茶的 SWOT 交叉分析

20 世紀 80 年代初由美國舊金山大學的管理學教授 Weihrich 曾於 1982 年提出，將內部之優勢和劣勢與外部機會及威脅等相互配對，利用最大之優勢和機會及最小劣勢與威脅，研擬出適當的因應策略。以下是本組歸納整理出的找蓋茶 SWOT 交叉分析：

表三 找蓋茶的 SWOT 交叉分析

(一)SO（增長性）策略 內部有優勢，外在有機會	不時推出買一送一、外帶享折扣……等。
(二)ST（多元化）策略 內部有優勢，外在有威脅	在店內舉辦射飛鏢比賽、桌遊競賽……等。
(三)WO（扭轉性）策略 內部處劣勢，外在有機會	推出套餐組合、舉辦各類活動……等。
(四)WT（防禦性）策略 內部處劣勢，外在有威脅	研發新產品、外帶享折扣、提供停車場……等。

五、找蓋茶的五力分析

五力分析為麥可·波特在 1979 年提出的架構，其用途是定義出一個市場吸引力高低程度。以下是我們分析找蓋茶的五力分析：

表四 找蓋茶的五力分析

同業競爭者	在產品和經營型態上，市場上漸漸出現越來越多的競爭者。例如：苗栗鬍子茶、頭份[花蝶 15·25]綠·茶館……等。
-------	---

潛在競爭者	潛在進入者進入障礙高，原因如下： 1.想要開一間類似的店需投入一定的資本額，加上技術及設備取得不易，所以潛在競爭者進入障礙高。 2.替代品多：此產業的產品差異化程度不高，消費者有多樣的選擇方案，打起知名度需要一段時間。
替代品的威脅	連鎖飲料店研發新產品技術時間較短、種類也較多，消費者容易偏向連鎖飲料店購買。再加上找蓋茶位置交通較不便利、停車位少，對於開車的顧客來說較不方便。
供應商議價能力	供應商對於成本上議價能力較弱，因為產品價格會因為原物料物價上漲而跟著上漲，導致產品價格的議價能力隨著物價率也跟著逐漸降低。但若一次進貨量較大，廠商相對也會提供較多的議價空間。
消費者議價能力	找蓋茶的產品訂價較明確也在消費者能接受的合理範圍內，但店內也不時推出促銷活動，滿足消費者貪小便宜的心理。

(資料來源：本小組整理)

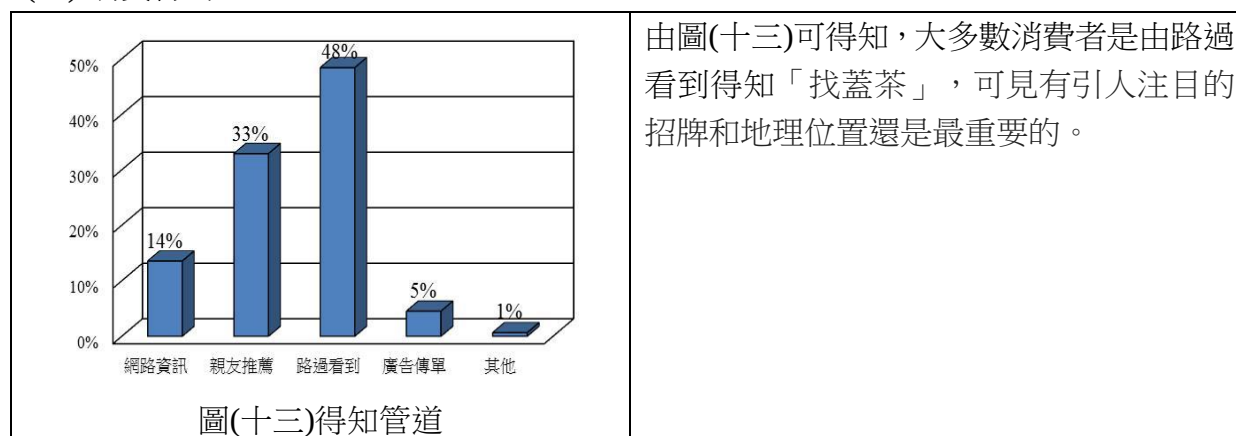
六、問卷調查與統計分析

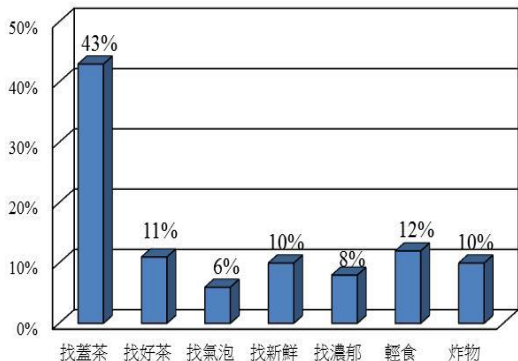
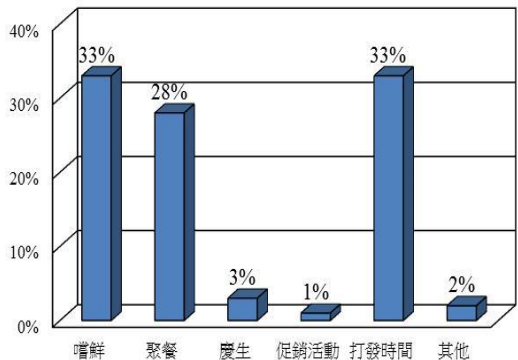
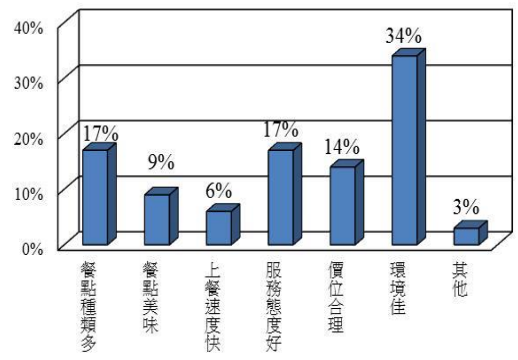
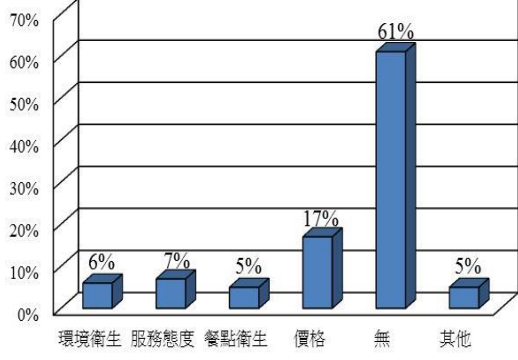
本研究採用「實地問卷調查法」，針對找蓋茶(南苗總店)的顧客以及建臺中學日間部高級部學生作為研究對象，發放消費者問卷，共發出 150 份問卷調查，收回 144 份問卷調查，其中無效問卷 17 份，有效問卷共 127 份。

(一) 消費者資料

性別	年齡	職業
男 43% 女 57%	20 歲(含)以下 88%	學生 92%
	21 歲~30 歲 11%	家庭主婦 0%
	31 歲~40 歲 1%	上班族 6%
	41~50 歲 0%	其他 2%
	51 歲(含)以上 0%	

(二) 消費行為



 圖(十四)消費產品	由圖(十四)可得知，大多數消費者消費產品為招牌的「找蓋茶」系列。雖然其他系列的產品還是有消費者選購，但是對於第一次消費的顧客來說，仍會想要選擇招牌飲品。
 圖(十五)消費原因	由圖(十五)可得知，大多數消費者知「找蓋茶」消費主要因為嚐鮮和打發時間，這也是店家希望客人前來消費的目的。
 圖(十六)再次消費原因	由圖(十六)可得知，大多數消費者願意再次到「找蓋茶」消費原因為環境佳，可見消費者對環境極為重視。
 圖(十七)需改進地方	由圖(十七)可得知，「找蓋茶」是大多數人覺得滿意的場所，但還是有少數人認為價格偏高、服務態度需要改進……等。

(三) 消費滿意度

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
--	------	----	----	-----	-------

1. 產品種類多樣化	20%	61%	17%	1%	0%
2. 衛生環境	23%	56%	19%	2%	0%
3. 店內裝潢	30%	54%	15%	1%	0%
4. 價格	17%	42%	36%	3%	2%
5. 位置及交通便利性	18%	51%	28%	2%	0%
6. 服務態度	24%	58%	17%	2%	0%

參●結論

(一) 創新創業經營理念

「不會為了賺錢不顧產品美味度，只賣美味的食品」是老闆所堅持的理念，店內飲品的原料是老闆親自嘗試過認為好喝才賣給顧客，所有食材也都是經由老闆親自挑選新鮮、具有獨特性的才會推出銷售，想帶給每一位顧客品質的保證，並且附設桌遊，吃喝玩樂一次到位，不僅吃得安心，也玩得開心；是找蓋茶創業時堅持的理念，但同時也是找蓋茶吸引顧客前往的主要原因。

(二) 找蓋茶在市場上的優劣與行銷方向

找蓋茶擁有利用桌遊來吸引顧客，並且不限制時間的優勢，但卻也讓店內翻桌率降低了，間接減少銷售金額；以及在飲品方面為了給顧客好品質，使用了新鮮水果、和星巴克同樣的咖啡豆以及老闆精心挑選的茶葉，導致成本較高，定價價格也偏中高。

在行銷策略上找蓋茶常利用在人少的颱風天裡及時推出限時優惠活動來增加買氣，以及因應特殊節日推出打卡買一送一、划算的套餐組合來吸引顧客呼朋引伴一同來本店慶祝。

(三) 找蓋茶的消費行為及滿意程度

在問卷調查中發現，找蓋茶的消費者主要年齡層在 20 歲(含)以下的學生族群，由於**店家位置**靠近小學及公車站，常常吸引到很多放學、等車的學生，**可愛的招牌**也吸引路過的民眾；其中找蓋茶最受歡迎的產品為招牌的「找蓋茶」系列，對初次前來消費的顧客來說招牌系列是第一選擇；而大多數顧客前來消費的目的大多是**嚐鮮及打發時間**，這也符合店家希望客人前來消費的目的。從問卷分析結果得知，消費者對找蓋茶的整體來說都是滿意的，但在**價格**方面還是有消費者覺得**偏高**，以及服務態度也是需要改進。

(四) 建議

1. 從問卷結果分析：建議提供停車場，以解決在交通位置不便的劣勢。
2. 找蓋茶在管理員工方面是採用管理人性化的方式，導致有的員工會過於鬆懈，讓顧客覺得服務態度不佳，所以本小組建議找蓋茶在管理員工方面仍需有標準作業規範，作為訓練員工的標準。
3. 可尋求其他相關資源，例如青年創業圓夢網，不但提供青年貸款相關協助，還有創業相關輔導與協助，除了增長經營者自身經營能力，也可增加「找蓋茶」曝光與媒體宣傳機會。
4. 年輕人自行創業，不但可以實現自己的夢想，也能落實自己的經營理念，經過

此次小論文的撰寫，對青年創業有更進一步的了解，也期許自己將來有機會能實踐創業的夢想。

肆●弓[註資料

1. 張阿妙(2014)。專題製作。臺北市：龍騰出版社。
2. 旗利財經研究室(2010/元月初版)。商業概論 I。臺北市：旗立資訊股份有限公司。
3. 找蓋茶 facebook 粉絲專頁。2015 年 11 月 3 日，取自
<https://www.facebook.com/%E6%89%BE%E8%93%8B%E8%8C%B6-1506578676272606/>
4. 瑋瑋美食萬歲-痞客邦。2015 年 11 月 3 日，取自
<http://vivawei.pixnet.net/blog/post/5141572-%E8%8B%97%E6%A0%97%E5%B8%82%E5%BD%9C2014%E5%B9%B412%E6%9C%88%E6%96%B0%E9%96%8B%E5%B9%95!%E5%8F%AF%E4%B9%85%E5%9D%90%E9%81%A9%E5%90%88%E8%81%8A%E5%A4%A9%E6%89%93>
5. 議題的規劃 | 名詞解釋。2015 年 12 月 8 日，取自
http://environment.edu.tw/discovery_new/htm_none/none_1-11_01.htm
6. SWOT 分析模型-MBA 智庫百科。2015 年 12 月 8 日，取自
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/SWOT%E5%88%86%E6%9E%90%E6%A8%A1%E5%9E%8B>
7. SWOT 交叉分析。2015 年 12 月 8 日，取自
<http://eportfolio.lib.ksu.edu.tw/~4980M049/blog?node=000100088>
8. 五力分析-維基百科。2015 年 12 月 14 日，取自
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%BA%94%E5%8A%9B%E5%88%86%E6%9E%90>
9. 青年創業圓夢網。2016 年 1 月 12 日，取自
<https://sme.moeasmea.gov.tw/startup/>
10. 中小企業相關統計。2016 年 1 月 12 日，取自
<http://www.moeasmea.gov.tw/ct.asp?xItem=12788&ctNode=689&mp=1>