

投稿類別：商業類

篇名：  
光鮮果汁吧

作者：

薛如妤。私立樹德家商。高三 03 班  
王俞心。私立樹德家商。高三 03 班  
陳品騰。私立樹德家商。高三 03 班

指導老師：  
郭有卿老師

## 壹、前言

### 一、研究動機

在這個低薪及不易就業的年代，台灣的高職畢業生，不是選擇就業就是選擇繼續升學，在行行出狀元的臺灣，許多年輕族群，在高中職畢業後工作個2、3年，存了點錢就出來創業，也有些人則是在升學的時候半工半讀邊讀書邊賺些錢與人脈，好讓他們一畢業就有個踏板讓他們好好創業，加上現在的政府也蠻支持年輕人出來創業的，設立青創會(青年創業總會)，除了補助、貸款、輔導之外，他們也會連結與媒合，幫助創業者找到更多外部資源。

「販賣機」是世界各地常見的一種消費工具，它的出現給人類生活帶來了極大的方便性，販賣機所販售之物品也是包羅萬象不勝枚舉，種類也更是日新月異，在這個需要新奇的市場中，只有不斷的研發更具有特色的產品，才能在這個創新的時代脫穎而出。

「新鮮現打果汁」是現代人越來越喜愛的飲品之一，在這個大家都忙於工作的環境下，方便且又能夠補充營養的新鮮現打果汁專賣店就成了這些族群追求健康的地方。

### 二、研究目的

利用新鮮水果結合自動販賣機來銷售果汁，產品規劃結合當地農民的新鮮水果，目前市面上並無多種水果結合的果汁販賣機，規劃出企劃書，探討其優劣勢及不足之處等相關問題，更透過問卷調查得知消費者對於果汁的喜好，幫助自己或有志創業的年輕人成功創業之參考。

### 三、研究方法

#### (一)文獻分析法

在網路及圖書館蒐集販賣機與新鮮現打果汁相關資料，彙整資料進行STP分析、SWOT分析、行銷4P分析、行銷4C分析，並根據內容提出方案。

#### (二)問卷調查法

設計問卷來了解目前消費者對於新鮮果汁的消費特性、消費者喜歡什麼、想要什麼？本小組於106/2/25發放130份問卷，地點為高雄火車站，有效問卷份數為122份。

## 貳、正文

### 一、光鮮果汁吧經營理念

光鮮果汁吧將秉持下列主要經營理念做為企劃主軸：

- (一) 「健康」-使用在地農民辛苦種植的水果，精心挑選，不添加任何化學物質，嚴格把關食品安全的問題，讓消費者能安心與放心地享用。
- (二) 「新鮮」-每隔四小時更換販賣機內的水果，以確保新鮮度，絕不使用腐爛水果。
- (三) 「惜福」-每天的水果不一定能全部售出，在這方面將會把未售出的水果，利用低溫乾燥機將水果製成水果乾，不浪費果農辛苦種植的水果。
- (四) 「創意」-果汁不像傳統的販賣，而是讓消費者自行選擇搭配喜愛的水果與配料進行搭配，讓消費者有更多的選擇，並設計特別與創新造型的販賣機，吸引大家的目光，以販賣機為通路不受地方限制。

## 二、企業型態與資本結構

(一) 企業型態：業種無店鋪經營型態

(二) 資本結構：初期創業資金預估為 350 萬，由每一合夥人約出資 60 萬，無須銀行貸款。

(三) 公司組織

表 1. 公司組織表

職位	人數	薪資	工作內容
店長	1 人	35,000/月	販賣機管理、採購進貨、人事管理、營業績效、宣傳推廣、促銷活動辦理
總務	1 人	30,000/月	處理帳務、處理客訴
販賣機巡捕員	台南 2 人 高雄 2 人	26,000/月	販賣機補貨、收錢、故障回報、販賣機清理
作業員	台南 2 人 高雄 2 人	25,000/月	清洗、處理、分裝水果、製作果乾
合計		269,000	

## 三、市場與競爭力分析

(一) STP 分析

### 1. S 市場區隔

現在的人們，可能因為忙於工作，導致沒有時間在家裡自己製作果汁，目前通常透過在便利商店或是飲料店甚至果汁專賣店購買果汁，但在這個大家都養生的時代，不少人會認為以上管道所提供的果汁還是有不夠新鮮與天然的疑慮。

2. T 目標市場

果汁是一個老少咸宜的飲品，因本身的價格不高，對於經濟能力較差的學生及老年人，也不會造成太大的負擔。且自由搭配這個創新的想法，也可以吸引更多有興趣的民眾來消費。在健康方面，因為是用新鮮的水果所製成的新鮮現打果汁，更可以符合消費者追求健康的趨勢，真是老少咸宜的產品。

3. P 產品定位

「Tobehealthy」是本組想出新鮮現打果汁販賣機的要點之一，因食安問題，現在的人們越來越注重健康養生，飲食方面不再像之前一樣。有了好的飲食習慣，才能讓自己更加健康，更可以讓自己每天都活力充沛，本組希望能推廣這樣的趨勢，民眾應該更要注意自己的飲食習慣，才能帶來健康。

(二) SWOT 分析

表 2.SWOT 分析表

S 優勢(Strengths)	W 劣勢(Weaknesses)
1. 以機器代替人力降低成本 2. 相較同行多了自由搭配的創意元素 3. 提供與以往不同的加料服務	1. 缺乏人力與消費者互動 2. 相較同行補貨時間難以準確 3. 販賣機擺設地點難尋
O 機會(Opportunities)	T 威脅(Threats)
1. 結合自動販賣機用創意吸引消費者 2. 網路資訊發達推廣模式更多元 3. 現代人對新奇之物品相當有興趣	1. 營業模式容易模仿 2. 流行趨勢過後營業額會下降

(三) 行銷 4P 分析

1. 產品(Product)

近年來人們追求健康也是越來越講究，蔬果本身就給人類帶來豐富的營養素，而本身我們的蔬果是向台灣各地批發來的健康蔬果。

2. 價格(Price)

為了讓消費者來肯定我們，產品選擇不走昂貴路線，因為想用最親民的價格，來貼近台灣大量的消費者，表示誠意因此採取單一價格50元策略。

3. 通路(Place)

通路規劃，將會以高雄各個知名商圈的捷運出口及女性人口聚集的商店門口來拓展。

4. 促銷(Promotion)

在情人節的蒞臨前，推出限定：情人節限定果汁，買一送一優惠活動。例如：新鮮草莓牛奶(讓你滿足女朋友的少女心)。

#### (四) 行銷 4C 分析

##### 1. 顧客需求(Customer)

方便解決隨時隨地的健康飲食均衡的產品，都是採用嚴格把關篩選的新鮮蔬果，一年四季，無論春夏秋冬都非常適合飲用。

##### 2. 顧客成本(Cost)

在購買果汁的消費族群裡，通常都不太會在意價格，因為大家都是為了自己的飲食均衡來購買的，而且我們的價格，也是走平價路線，所以大眾只需要準備好銅板，就能顧好自己的健康。

##### 3. 方便性(Convenience)

在各地熱鬧的商圈觀光區設置機器，所以出門觀光遊玩的人不需要擔心喝不到公司的產品，就算不常出門的宅宅男女，也可以在知名的通訊軟體來關注公司，以販賣機為通路不受地方時間限制。

##### 4. 溝通(Communication)

消費者可以透過我們的客服專線，或是客服通訊軟體，現在網路科技日新月異，人人都擁有一台智慧型手機，將會設下「有問必答」的網路客服部門，所以本公司不用擔心與消費者漸行漸遠的問題。

#### 四、問卷分析

##### 1. 您喜歡的口味(複選)

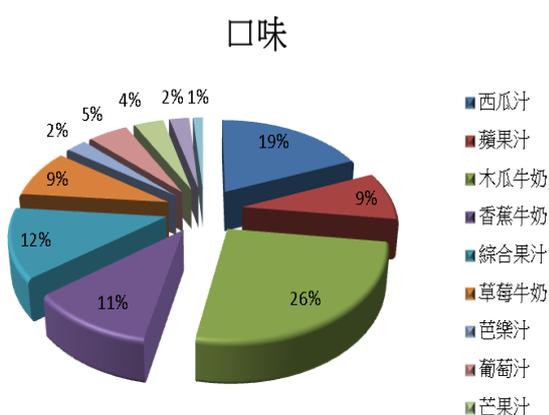


圖1. 口味分析圖

說明：最受消費者歡迎的果汁口味前三名依次為西瓜汁44%、木瓜牛奶29%、蘋果汁14%。

##### 2. 您喜歡的果汁加料(複選)

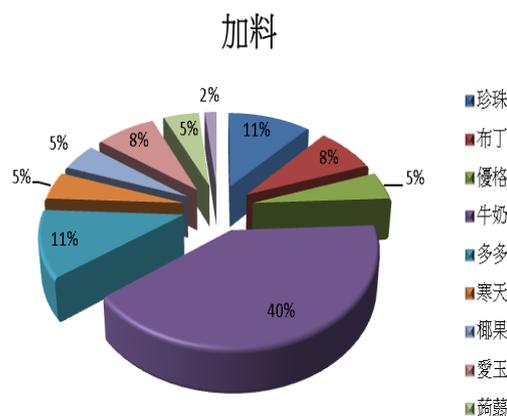


圖2.

果汁加料分析圖

說明：最受消費者歡迎的前三種配料依序為牛奶52%、珍珠22%、布丁10%。

### 3.您喜歡的甜度

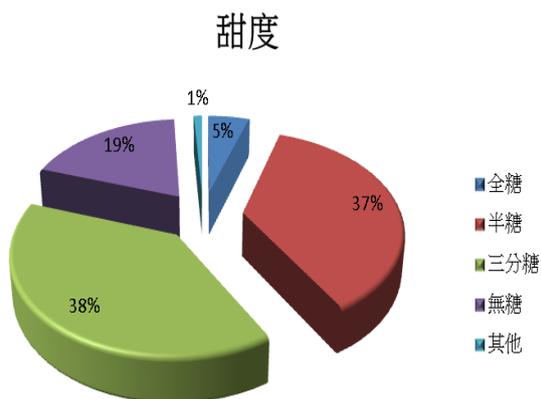


圖3. 甜度分析圖

說明：最受消費者歡迎的前三種甜度選擇為三分糖38%、半糖37%、無糖19%。

### 4.您喜歡的冰塊

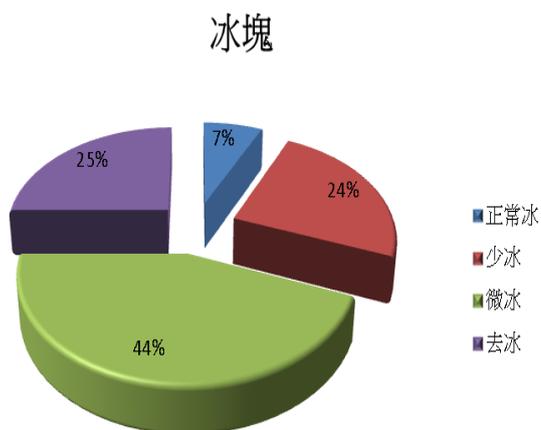


圖4. 冰塊分析圖

說明：最受消費者歡迎的冰塊量前三名為微冰44%、去冰25%、少冰24%。

### 5.您可接受的價格(含牛奶)

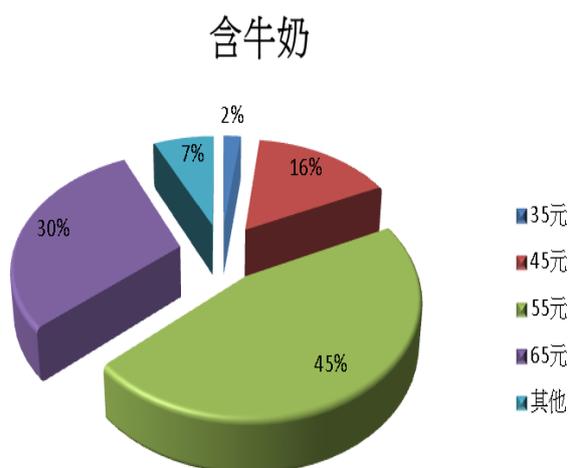


圖5. (含牛奶)價格分析圖

說明：消費者最可接受含牛奶的果汁的價格前三名為55元46%、65元29%、45元16%。

### 6.您可接受的價格(不含牛奶)

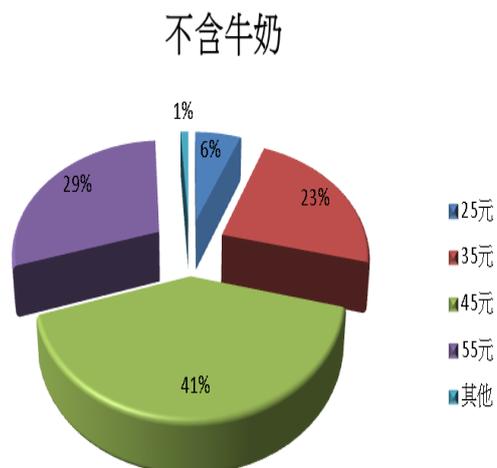


圖6. (不含牛奶)價格分析圖

說明：消費者最可接受不含牛奶的價格的前三名為45元41%、55元29%、35元23%。

## 參、結論

### 一、經營模式規劃

#### (一) 產品的定位

光鮮果汁吧將提供「新鮮、健康、創新又美味的新鮮現打果汁」，本機器的經營模式是利用新鮮水果結合自動販賣機來銷售果汁，產品規劃結合當地農民的新鮮水果，目

前市面上並無多種水果結合的果汁販賣機，研發出能夠創新又跳脫傳統的機台。

## (二) 目標市場

1. 主要目標市場：注重健康、喜愛果汁及熱愛嚐鮮的族群。初期暫定為：女性及 40 歲以上的養生族群。
2. 開發潛在市場：利用網路社群，宣揚「新鮮現打果汁販賣機」，引發話題與討論。

## (三) 建立品牌

### 1. 建立核心價值

- (1) 以「新鮮、健康、創新」為經營理念。
- (2) 創新產品，以優良品質取得顧客信賴，建立好口碑。

### 2. 建立品牌發展策略

- (1) 提供產品檢驗報告及食品認證。
- (2) 申請產品專利，取得產品獨特性。
- (3) 加強產品新鮮度，提供優良品質。
- (4) 與進貨廠商，建立良好長期合作關係。

## (四) 規劃短期、中期、長期的經營模式

1. 短期：以販賣機為主要銷售通路規劃拓展，先以「高雄市區」、「台南市區」兩個點為目標，狀況穩定，再考慮拓展至其他市區，希望在一年內建立知名度。
2. 中期：在短期目標達成後，待狀況穩定，即拓展至全省各縣市及離島地區。
3. 長期：將機器及經營技術輸出至海外。

## 二、行銷計畫

### (一) 產品策略

1. 根據原物料品項，需先進行供應商的評估，確認供應商後，再繼續進行洽談合作的關係，訂定雙方供應合約及價格的問題。日後，再針對供應商提供的品質作持續檢驗，如不符合標準，將停止合作，確保好的原料品質。
2. 採用當地的特產與當季水果，並考慮各地方的特殊喜好，調整販賣機的品項與內容，產生限定商品，創造顧客話題。
3. 品質監控，為確保販賣機的正常運作，每一台機器將加裝遠端監控系統，一旦發生故障，立即專人處理。

### (二) 價格策略

1. 均一價 50 元，可任選三種品項的組合。

### (三) 通路策略

1. 主要地點設置在以女性族群為主的商店，例如服飾店、藥妝店外。

2. 再設置人潮聚集眾多的地點，如捷運站出口貨商圈加以擺設。
3. 運用粉絲專業加以宣傳擺設地點的正確位置，增加能見度。

#### (四) 推廣策略

1. 初期會在販賣機設置地點辦理試喝活動。
2. 設計具造型的販賣機，來吸引大眾的目光。
3. 配合節慶會有不同的瓶身外包裝來增加購買的興趣。

### 三、營運計畫

#### (一) 營業設施

營業設施是以飲料投幣機機身去改造關於投幣機的造型，我們是主打新鮮果汁的方向去設計當然，外觀會想去把它打造的很有活力，公司的機器設施，是設計自動清潔系統去清潔機器本身的骯髒，還會使用濃度75%的酒精去噴灑。

#### (二) 自動販賣機的設計構想



圖 7.自動販賣機設計圖及杯子圖(本組自行創作)

1. 設計構想：機台外觀主要想跳脫傳統自動販賣機的模樣，所以設計了類似汽車的造型，有著朝向健康的象徵。
2. 命名的由來：在陽光的照耀下，喝著新鮮現打的果汁。
3. 使用說明：



(1) 均一價\$50 一杯為 300cc。

(2) 每次購買選擇三種，若只想選擇一種，則需按此項目三次，選擇完項目後，再依

## 光鮮果汁吧

序選擇甜度、冰塊，完成以上步驟後，機台將為您準備新鮮又美味的果汁。

- (3) 本機台每隔 4 小時將更換產品，以確保新鮮。
- (4) 本機台服務時間為早上 6 點至晚上 12 點。
- (5) 本機台產品，限量販售 100 杯，售完為止。

### (三) LOGO 運用

光鮮新鮮果汁投幣機的LOGO，依公司名稱設計，之後會委託專業設計公司，去融入經營理念在LOGO上。

### (四) 人力資源管理

1. 除基本薪酬，個人加班按勞基法的加班規定給予加班薪水。
2. 出勤狀況良好，無遲到早退或無故請假之員工，加發一千元獎金。
3. 公司盈餘達到目標，加發目標達成獎金。

### (五) 風險評估

#### 1. 產業環境風險

由於近年來台灣的食品業常發生食安風暴，造成社會大眾對食品安全感到不安，將加以嚴格把關，確保消費者食品安全的相關問題。倘若發生食品衛生相關問題，將會全力配合調查，負起該負的責任。

#### 2. 同業競爭風險

現打果汁店在市場上很普遍，可能會是競爭的致命傷，為確保永續經營會在口味創新與促銷宣傳上更加費心。

#### 3. 蔬果新鮮期限短暫

蔬果容易腐壞，產品主要主打新鮮果汁，所以使用的食材必需在低溫下，所以在每一台販賣機，都會設置溫度失衡警報系統，當溫度失去一定的平衡，溫度失衡警報系統會馬上傳遞訊息回總部，總部會馬上派遣專人去販賣機維修。

## 四、財務管理

### (一) 創業初期預估成本費用

表 3. 創業初期預估成本費用表

創業初期預估成本費用				
項目	單價	數量	複價	說明
房租押金	1 萬	2 月	2 萬	辦公室及水果處理工廠
設備裝潢	35 萬	1	35 萬	冷氣、辦公桌椅、冷藏設備、水果處理台、電腦設備
低溫乾燥機	10 萬	1	10 萬	將回收水果做成水果乾販

光鮮果汁吧

				售
販賣機	10 萬	20 台	200 萬	含濾水裝置
公司設立登記	3 萬	1	3 萬	登記費用、會計師費用
週轉金	50 萬	1	50 萬	
行銷宣傳費用	50 萬	1 年	50 萬	
合計				共 350 萬

(二) 每月預估成本費用

表 4. 每月預估成本費用表

每月預估成本費用				
項目	單價	數量	複價	說明
辦公室租金	1 萬	1	1 萬	1 個月租金
賣飯機地點租金	3 千	20	6 萬	販賣機擺放地點租金
人事成本	26.9 萬	1	18.7 萬	
水/電/電話費	4.3 萬	1	4.3 萬	水費 1 萬、電費 2.5 萬、 電話費 8 千
雜費	2 萬	1	2 萬	
零用金	2 萬	1	2 萬	
設備及機器折舊	4 萬	1	4 萬	(35 萬+10 萬+200 萬)/60 月
合計				共 42.6 萬

(三) 每日營收

表 5. 每日營收表

產品	價格	平均單日銷售數量	每日營收	每日成本
新鮮果汁	50 元	100 杯 x20 台 x70%	7 萬	
果汁成本	25 元	100 杯 x20 台 x80%		4 萬
每日水果回收成本	25	100 杯 x20 台 x10%		5 千
水果乾收入		5 千 x120%	6 千	

(四) 經營效益成本

預估第一年純益率為24.6%，未來積極推廣知名度及銷售量，來增加購買人數，也慢慢地推出新商品，來吸引更多消費者，預定每年營業額成長率為3%的目標。

肆、引註資料

啟芳財經研究室(2014)。行銷學。台北市：啟芳出版。

莊鴻啟、蕭焯羣(2013)。商業概論。台北市：啟芳出版。

陳振遠、田文彬、朱國光、孫思源、陳彥銘、蔡繡容、薛兆亨、蘇永盛(2015)。創新創業首部曲。高雄市：國立第一科技大學。

戴國良。企劃書撰寫-倫理與案例。台中市：鼎茂出版。

痞客邦。關鍵字：四季盛產水果。2016/11/01 取自：<http://militaya.pixnet.net/blog/post/32204310>

行政院。財經新聞。關鍵字：薪水用永遠追不上平均薪資。2016/11/01 取自：<http://finance.technews.tw/2016/12/01/tw-salary-2/>

崑山科技大學 4960Q023 的學習檔案歷程。關鍵字：STP 分析。2016/12/31 取自：<http://eportfolio.lib.ksu.edu.tw/~4960Q023/blog?node=000100019>

GOOGLE關鍵字：SWOT分析。2016/12/31取自：[https://www.google.com.tw/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.mths.tc.edu.tw/files\\_blog/20151217170319.doc&ved=0ahUKEwi2qIW42bLTAhXC05QKHZ9WCR8QFghAMAY&usg=AFQjCNH9htiTkQilGIJqwMAE4MLq2yp4g](https://www.google.com.tw/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.mths.tc.edu.tw/files_blog/20151217170319.doc&ved=0ahUKEwi2qIW42bLTAhXC05QKHZ9WCR8QFghAMAY&usg=AFQjCNH9htiTkQilGIJqwMAE4MLq2yp4g)