

後疫情時代 餐飲業之因應措施

201 彭敏軒 劉家恩



目錄

第一章

- 研究背景
- 研究動機
- 研究目的


第二章

- 文獻探討
- 研究分析

第三章 • 研究結果

第四章

- 研究結論
- 研究建議



第一章

研究背景、動機、目的

研究背景

疫情時代

~~內用~~

外帶、外送



新的商業模式

即食產品
與物流公司合作
研發新產品
網購 冷凍調理包

研究動機

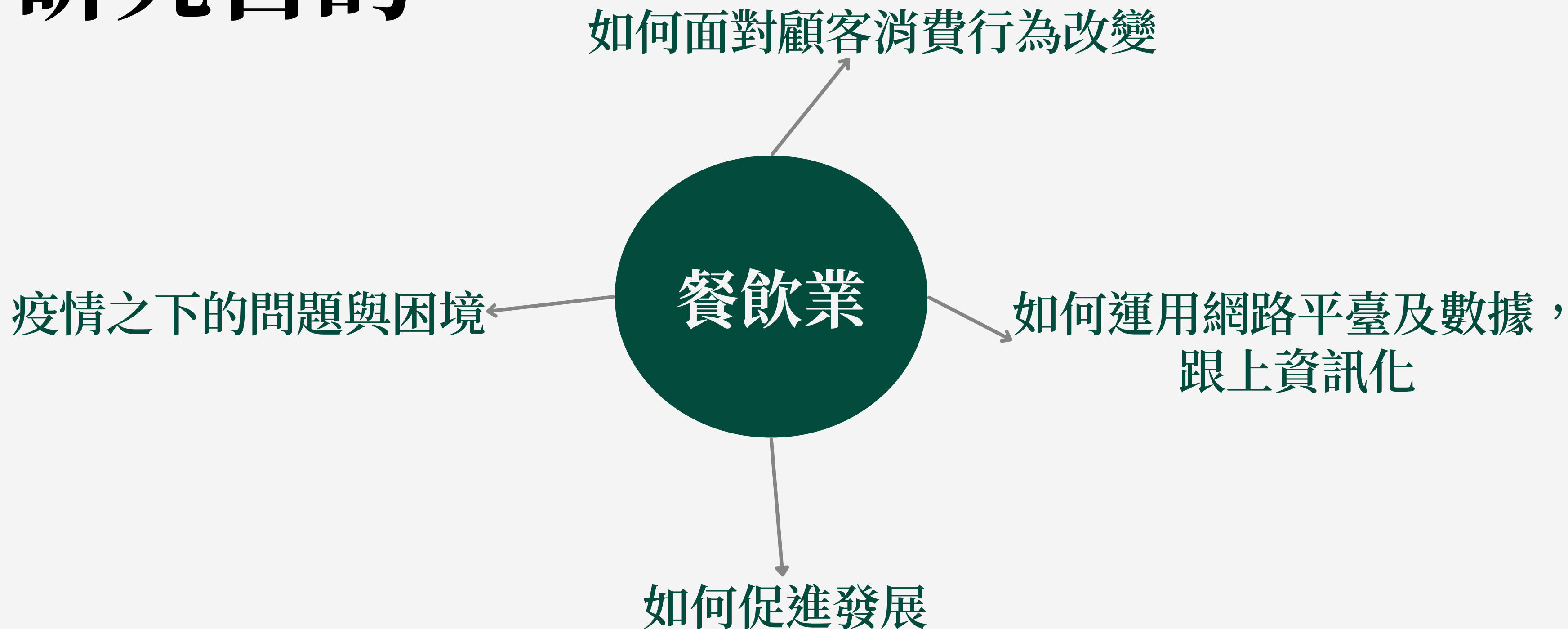
後疫情時代


舊有的餐飲業者該何去何從？

外送平台真的是餐飲業最好的選擇嗎？

如何面對新型的消費型態與營運模式？

研究目的





第二章

文獻探討、研究分析

何謂後疫情時代？

餐飲業之定義

從事調理餐食或飲料供立即食用或飲用，不論以點餐或自助方式，內用、外帶或外送方式，亦不論以餐車、外燴及團膳等形式，均歸入餐飲業。



後疫情時代餐飲業遇到之困境

政府實施政策

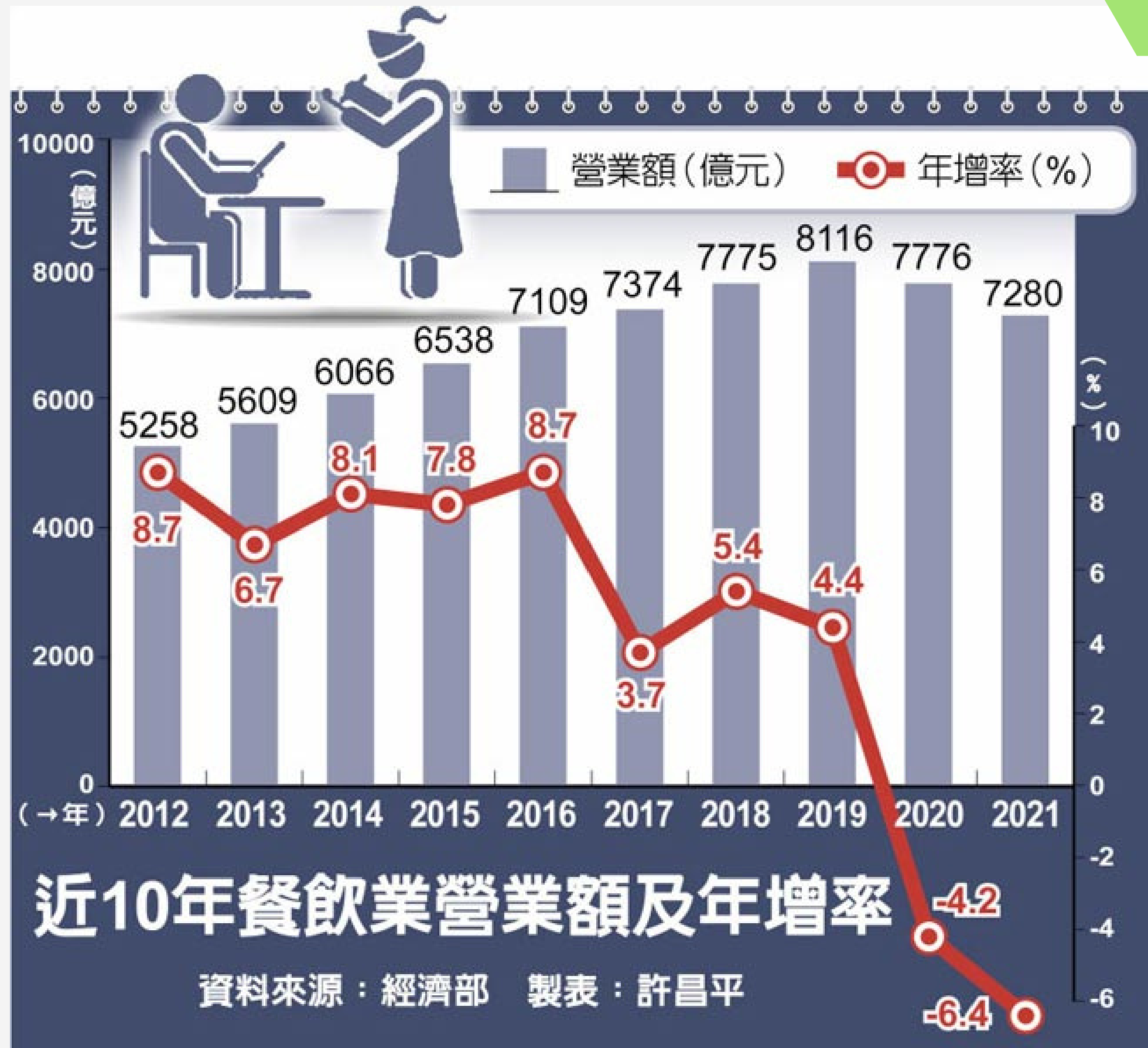
(Ex. 禁止內用)

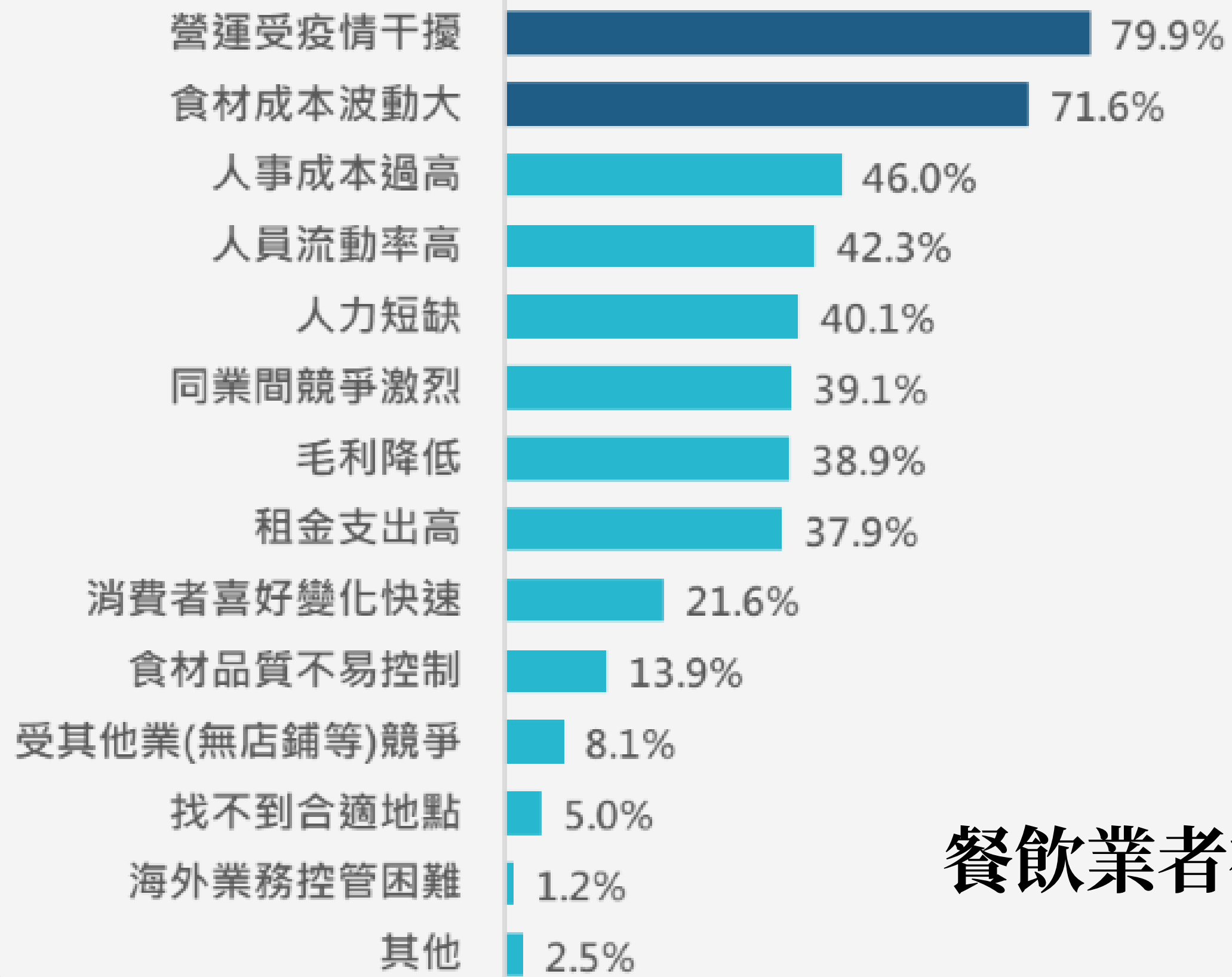
通貨膨脹

(Ex. 原物料上漲)

人力不足

(Ex. 餐飲業人才大量流失轉而從事外送產業)





餐飲業者被影響的項目

餐飲店家加入外送平台優劣


優

VS

劣

- 增加品牌曝光度
- 打破用餐場域的限制
- 取得有利的銷售數據
- 效益最大化

- 負擔抽成
- 廣告及各項費用增加
- 風險問題
- 同質店家高度競爭，無法形成特色



第三章

研究結果

[Back to Agenda Page](#)

消費者型態的轉變

重視食安品質

看重消費體驗

數位化工具之導入

<一蘭拉麵>

特點1

- 更專注在味道
- 專利隱私個人用餐區

特點2

- 簡化產品線
- 塑造招牌商品

特點3

- 點餐流程簡單新奇
- 享用客製化拉麵



"來店客就夠多了，胡亂再增加只會讓品質變差"



第四章

研究結論、研究建議

餐飲業提升附加價值的五大發展方向



評估

是否需要發展外帶、外送菜單

檢視

重新檢視自己的商業模式

重視

重視健康餐飲與生活品質

專注

專注消費者體驗，重新檢視顧客所得到的價值

轉型

加速餐館的數位轉型

反思

Q: 外送平台是真正的解決之道嗎？

外送平台

(餐飲業中披著糖衣的一隻狼?!)

便利性和安全性...

餐廳



提升內用的相關附加價值

(否則恐淪為空設)

研究建議與結論

這波新冠肺炎的疫情確實衝擊了餐飲產業，但這也個很好的機會，讓餐飲業者調整品質、強化餐廳本身競爭力的最佳時機，餐飲業應該重新思考企業或餐廳的本質、以及它可開發的商業模式，同時也要隨環境與世代的變化去檢視顧客的需求，最後再透過數位科技來提升服務品質，希望所有餐廳能不失最初存在的意義，並在未來持續有很好的發展。



參考資料

https://www.tomax.com.tw/recommend/ins.php?index_id=87

<https://www.managertoday.com.tw/articles/view/5260>

https://www.ndc.gov.tw/nc_415_34681

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

<https://mymkc.com/article/content/24898>



感謝聆聽！

[Back to Agenda Page](#)