

HOMESCREW · 霍姆斯庫咖啡館：

永續發展，從咖啡到責任生產與消費

壹、摘要

隨著時代與社會習性的變遷，民眾對於咖啡的需求日益漸增，不管是上班族或是學生，經常看到人手一杯咖啡的場景，也成為了台灣社會獨特的景象。而談論到咖啡廳，更是如雨後春筍般地一間一間開幕。本研究以雲林縣斗六市「HOMESCREW · 霍姆斯庫咖啡館」為研究對象進行專題實作，該店由一位返回故鄉創業的青年 Leslie 所經營，同時也經營社群平台並架設官方網站進行推廣，惟社群方面觸及人數較少，粉絲黏著度低，且未善用官方網站作為行銷工具。本組將藉由專題實作的機會，融入平時所學，將商業概論、經濟學之課程概念，解決「HOMESCREW · 霍姆斯庫咖啡館」所面臨的問題，藉以改善經營模式。此專題成果提升店家 IG 粉絲人數 27.3%，營業額增加 231%，並推廣 SDGs 咖啡手作課程，效益顯著。

貳、研究動機

一、研究背景

雲林古坑咖啡為台灣的重要產地，因此鄰近斗六市的咖啡館眾多，加上斗六市有龐大的學生人口，因此興起許多氣氛及裝潢俱佳的咖啡廳林立，而本組研究對象「HOMESCREW · 霍姆斯庫咖啡館」開業在競爭激烈的斗六市咖啡廳市場中，要如何透過調整經營方針，以利在市場中佔有一席之地。本組將以專題實作課程的機會，結合平時所學，利用商業概論、經濟學之課程概念，解決「HOMESCREW · 霍姆斯庫咖啡館」的經營困境，貢獻所學的知識與技能，藉以幫助經營者提升經營績效。

二、研究目的

- (一) 探討該店家進行 SWOT、行銷 4P 商業分析及五力分析洞悉店家困境，了解社群平台及官方網站現況及困境
- (二) 協助店家針對品牌辨識擬定推廣方案。
- (三) 針對推廣方案進行忠誠度調查及滿意度分析。
- (四) 參訪鄰近古坑咖啡莊園提出 SDGs12 的行銷策略，規劃店內手作課程
- (五) 依據研究結論與分析，提出具體建議及未來發展供業者參考。