

## 營運計劃書

創業團隊名稱	eFOOD		
隊員	系所	學號	姓名
1	民生學院兒家系	412310245	徐家馨
2	管理學院企管系	412382171	陳沛均
3	管理學院企管系	412382286	黃榆捷
4	管理學院企管系	412382494	史安倪
5	管理學院資管系	412402218	曾梓涵
合作企業	eFOOD		
指導業師	丁三龍		
提案日期	2024/12/29		

### 壹、序論

#### 一、創業目標

eFOOD 晚鳥餐平台希望透過科技，打造一個更有效率的食物分享平台。在最根本的層面上，是希望能夠減少台灣的食物浪費問題，因為大量的食物在生產、運輸、銷售的過程中被浪費，不僅造成資源的耗損，更對環境帶來負面影響。因此，創業目標是致力於建立一個完善的媒合機制，將原本可能被丟棄的食物，重新導回食物鏈中，讓其發揮應有的價值，從源頭減少食物浪費的產生。

#### 二、解決什麼問題

可以分為三個面向去討論

##### 1. 食物浪費的問題

eFOOD 透過線上平台，媒合餐廳店家將當日未售完、但品質仍然良好的即期產品、打烊食品與格外品，以優惠價格提供給消費者。這樣不僅能有效減少食物進入垃圾掩埋場的機會，將原本可能被浪費的食物，轉化為可被利用的資源，直接減少了食物浪費的產生。

##### 2. 店家經營問題

eFOOOD 提供了一個減少損失、增加收入的管道。透過平台店家可以將原本可能浪費的食物銷售出去，不僅減少損失，更增加額外的營收來源。同時，eFOOOD 也為店家建立了良好的企業形象，展現其對環境永續的承諾，進而吸引更多認同惜食理念的消費者。

### 3. 消費者購買問題

eFOOOD 提供了一個以更優惠價格享用美食的機會。消費者可以透過平台輕鬆搜尋到附近餐廳提供的晚鳥餐，以更划算的價格品嚐到美味的餐點，在享受美食的同時，也為環境保護盡一份心力。

## 三、解決方案與技術

### 1. 線上平台與媒合

透過 LINE 系統建設媒合平台網站，提供店家上架即期商品、打烊食品及格外品的管道，並讓使用者可以根據 GPS 定位、關鍵字搜尋等功能，讓消費者快速找到附近的晚鳥餐。

### 2. 預訂系統

消費者在看到店家上架餐點後可使用平台進行線上預訂，預訂成功後前往店家領取，民眾掃描店家 QRcode 或店家輸入電話後三碼完成晚鳥餐的銷售。

### 3. 數據分析

追蹤平台使用數據，了解店家上架狀況和消費者購買情況，進而優化媒合效率與後續功能改進。

## 四、商品或服務的優勢

1. 利用即期品、打烊食品及格外品，達到惜食環保的目的。
2. 經濟實惠：提供消費者以優惠價格購買餐點的機會。
3. 增加店家收入：協助店家減少食物報廢損失，並增加額外收入。
4. 操作便利：透過線上平台，簡化媒合流程，方便店家和消費者使用。

## 五、實施方式、時程規劃及預期成效

將營運分為初期、中期和長期三個階段，並設定具體的目標和時程。

1. 初期（2024 年 2 月至 2024 年 6 月底，約 4 個月）

(1) 目標：平台開發、店家招募、初步行銷推廣，建立基礎。

(2) 具體工作項目

- 平台開發與測試

完成平台的基本功能開發，包括店家註冊、餐點上架、使用者瀏覽、訂購等功能，並進行內部測試和使用者測試與 LINE Q&A 問題設置等。

- 店家招募

以校園周邊的餐飲店家為主要目標，進行地毯式拜訪和洽談，說明平台理念和合作方式，爭取店家加入。

- 行銷推廣

透過社群媒體（IG、Threads、Dcard）、校園宣傳（海報、傳單、社團合作）、線下活動（美食體驗、惜食講座）等方式，提高平台在學生族群中的知名度。

(3) 預期成效

- 合作店家數：20 家
- 平台註冊使用者人數：500 人
- 成功媒合餐點數量：500 份
- 初步建立品牌形象：在校園內有初步的知名度。

2. 中期（2024 年 7 月至 2024 年 12 月底，約 6 個月）

(1) 目標：擴大合作店家範圍、提升平台使用者人數、優化平台功能，穩固市場。

(2) 具體工作項目

- 擴大店家招募範圍

將招募範圍擴展到更遠的商圈，如三重地區等，並開發不同類型的店家，例如咖啡廳、甜點店等。

- 提升使用者人數

透過更精準的行銷活動，例如與學生社團深度合作、舉辦線上線下活動、推出優惠活動等，吸引更多學生使用平台。

- 優化平台功能

根據使用者回饋和市場趨勢，不斷優化平台功能，例如新增評價功能、地圖功能、訂單追蹤功能等，提升使用者體驗。

- 建立數據追蹤系統

開始追蹤各項營運數據，例如訂單數量、使用者活躍度、店家滿意度等，以利後續分析和改進。

(3) 預期成效

- 合作店家數：50 家
- 平台註冊使用者人數：2,000 人
- 成功媒合餐點數量：3,000 份
- 使用者活躍度提升：每月活躍使用者人數達到 500 人。

3. 長期 (2025 年 1 月起，持續發展)

(1) 目標：建立品牌形象、拓展服務範圍、與其他惜食團體合作，擴大影響力。

(2) 具體工作項目

- 建立品牌形象

透過持續的行銷活動和優質的服務，建立良好的品牌形象，成為學生心目中惜食平台的首選。

- 拓展服務範圍

考慮將服務範圍擴展到其他大學或社區，甚至開發至其他國家，讓更多人一起減少食物浪費。

- 與其他非營利組織合作

與其他惜食團體或公益組織合作，共同推廣惜食理念，擴大社會影響力。

- 開發企業合作機會

尋求與企業合作的機會，例如贊助活動等，增加營收來源。

(3) 預期成效

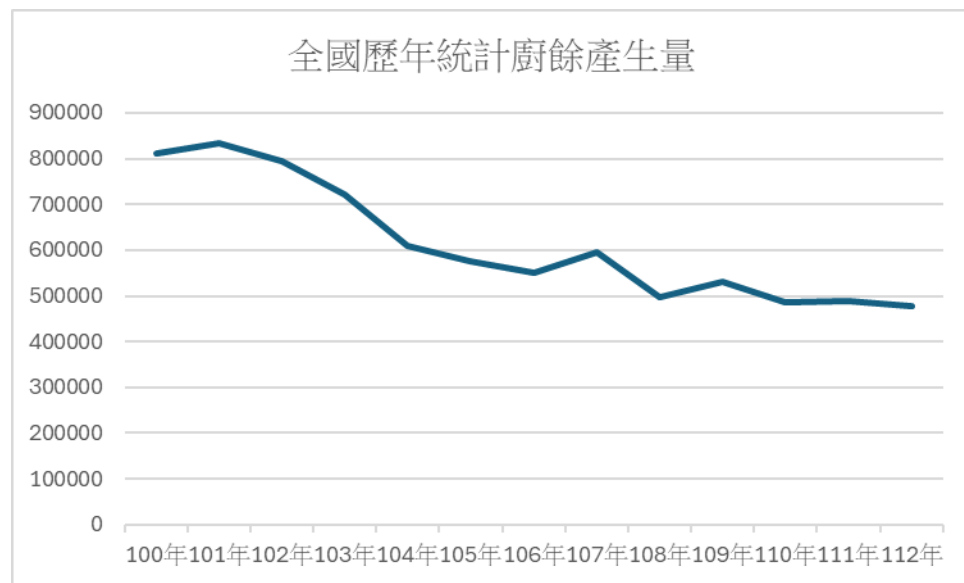
- 成為大學生中最具代表性的惜食平台：在目標市場中擁有高度的知名度和使用者忠誠度。

- 服務範圍擴展到多個大學或社區：達到規模經濟，並產生更大的社會影響力。
- 建立穩定的營收模式：穩定收入來源，確保平台的永續經營。

## 貳、產業環境分析

### 一、市場現況與產業分析

台灣的食物浪費問題十分嚴重，根據 TVBS 新聞網的數據，台灣人在東亞地區的食物浪費程度居冠，比日本和韓國高出 20%，更是東南亞國家的 8 倍以上。此外，根據環境部的統計，全國每年仍產生近 50 萬公噸的廚餘（如圖一），反映出食物浪費問題依然居高不下，急需解決。



圖一

雖然過去十多年來廚餘產生量有所下降，但食物浪費問題依然嚴峻，這顯示台灣對於惜食相關商品市場的需求正逐漸浮現，同時，隨著全球對於環保意識抬頭，更多消費者重視企業社會責任，期待支持能夠減少浪費、推動永續的產品與服務。

目前，台灣即期食品相關的產業雖然有部分發展，例如 Tasteme、Good To Go 等平台，但服務範圍有限，未能全面滿足消費者的需求，市場整合程度不高，且企業之間的競爭程度尚屬輕微。因此，即期商品販售市場仍有很大的開發空間與成長機會。

在這樣的背景下，我們的 eFOOD 產業以珍惜食物為核心理念，透過以更便宜的價格販售晚鳥餐，不僅為消費者提供實惠的選擇，更

致力於減少食物浪費、推動環保與永續發展。eFOOD 讓更多未被珍惜的食物得以被有效利用，同時號召更多人共同參與保護環境與珍惜資源的行動，為解決廚餘問題貢獻力量。

結合市場需求與政策導向，eFOOD 希望響應環境保護趨勢的同時，也能滿足消費者對晚鳥餐的購買需求，填補市場上對珍惜食物相關服務的不足。我們會透過平台媒合買家跟賣家對晚鳥餐的需求，推動台灣進一步邁向永續的未來。

## 二、法規限制與條件

### 1. 食品安全衛生管理法

此法規定業者必須確保所販售食品的安全性，包括即期食品在內。業者需遵守食品標示規定，清楚標示產品名稱、成分、有效日期等資訊，並確保食品在保存期限內供應給消費者。

### 2. 食品安全衛生管理法施行細則

該細則進一步規範食品標示的細節，例如字體大小、標示位置等，確保消費者能夠清楚獲取產品資訊。

### 3. 消費者保護法

此法保障消費者的權益，要求業者提供真實、完整的商品資訊，避免誤導消費者。特別是在網路交易中，業者需提供完整的聯絡資訊，並遵守相關定型化契約應記載及不得記載事項的規定。

## 三、競爭對手分析

### 1. Tasteme

Tasteme 是台灣本土即期食品銷售平台，專注於整合多元商品，讓消費者能夠以優惠價格購買即期食品。該平台主打線上 APP 銷售模式，具備便捷的使用介面和清晰的商品資訊，成功吸引部分對價格敏感的消費者。然而，Tasteme 的市場覆蓋率主要集中於北部地區，尚未全面進入全台市場，這為我們提供了拓展的機會。

### 2. Too Good To Go

Too Good To Go 是來自歐洲的國際平台，近期進軍台灣市場，專注於減少食品浪費，並與多家餐廳及超市合作，販售即期商品。其強項在於品牌知名度及國際化經營經驗，吸引了對永續發展有認同感的消費者。然而，由於其業務主要與餐飲業者合作，對於超市或其他零售通路的覆蓋相對有限，因此我們可以透過拓展不同

類型的商品及渠道進行差異化經營。

### 3. 競爭優勢與差異化策略

eFOOOD 與上述競爭對手相比的優勢在於：

- (1) 提供更全面的即期商品種類，涵蓋生鮮食品、日用品等，滿足消費者多元需求。
- (2) 整合數位平台，利用大數據分析提升供需配對效率，降低商品滯銷風險。
- (3) 擴大市場範圍，進一步向台灣中南部及偏鄉地區拓展，填補市場空白。

我們將結合技術創新與策略布局，提供消費者更實惠、更便捷的購物體驗，同時兼顧永續與環保目標，建立強大的品牌競爭力。

## 參、商業模式

### 一、提供的商品或服務

eFOOOD 提供了一個基於 LINE 的地圖平台，用於媒合店家與消費者。店家可將打烊前未售出的食品以折扣價格上架至平台，讓消費者能以更實惠的價格購買產品。同時，店家不僅減少了食物浪費，也能觸及更多客群。

### 二、應用的技術與方法

由企業內的工程師製作出有配合的店家地圖，讓消費者可以透過 eFOOOD 的平台輕鬆的找到附近價格實惠的晚鳥餐。

### 三、目標市場

#### 1. 所要進入的目標市場

- (1) 地理區域：新北市新莊區輔仁大學週邊餐飲商圈為主，包括便當店、自助餐、小吃攤等。
- (2) 市場規模
  - 學生市場：輔仁大學有約 2 萬名在校生，學生對平價餐飲需求大。
  - 店家市場：學校周邊店家至少七十間，許多商家在打烊前可能有剩餘餐點，且希望拓展客群。。

## 2. 接觸的顧客類型及特徵

### (1) 商家類型

- 餐飲業：便當店、自助餐、小吃攤。
- 特徵：
  - 擁有即期食品的商家。
  - 對於食物浪費敏感或希望為地球盡一份心力。
  - 想要觸及更多消費者但目前客流量有限的店家。
- 動機：
  - 減少食物浪費與廢棄物處理成本。
  - 增加曝光率與觸及新的客群。
  - 創造額外收入。

### (2) 消費者類型

- 學生族群
  - 特徵：預算有限，對價格敏感，樂於探索新店家與優惠活動。
  - 動機：以低於市場價購得食物，提升生活便利性。
- 上班族
  - 特徵：生活節奏快，習慣使用外送或即買即走服務。
  - 動機：以實惠價格購買即時可食的食品，節省時間與金錢。
- 環保倡導者
  - 特徵：注重環境永續，支持減少食物浪費的行動。
  - 動機：參與環保實踐，並以合理價格購物。

### (3) 接觸方法

- 商家
  - 直接接觸

為了推廣平台，我們將採用直銷接觸策略，包括親自拜訪目標店家，透過面對面的演示展示平台的操作簡便性與實際效益。此外，我們將提供試用期服務及早鳥優惠，以提升店家參與的意願，增加合作機會。
  - 商業社群聯繫

加入餐飲協會或地方商圈群組，透過網絡連結潛在合作商家。
- 消費者



- 社交媒體營銷  
在 Instagram、Facebook 等平台以吸睛貼文與短片發佈合作商家的餐點特色跟促銷後的金額，吸引目標受眾（如環保主題、優惠廣告）。
- 校園實體推廣  
針對學生族群進行線下宣傳，例如發傳單或辦講座。
- 獎勵機制  
推出推薦計畫與消費積點系統，增加使用黏著度與吸引新用戶。

## 肆、營運模式

### 一、店家端

#### 1. 餐點上架

店家可透過後台介面，即時上架當日剩餘的餐點，包括餐點名稱、照片、份量、原價、優惠價、取餐時間等資訊。

#### 2. 訂單管理

店家可透過後台管理訂單，包括確認訂單、準備餐點、通知取餐等。

#### 3. 數據分析

提供店家數據分析功能，例如每日/每週/每月剩餘餐點數量、熱門餐點、使用者評價等，幫助店家優化庫存管理。

### 二、使用者端

#### 1. 瀏覽餐點

使用者可透過平台瀏覽附近店家提供的惜食餐點，並依據餐點類型、價格、取餐時間等條件篩選。

#### 2. 線上訂購

使用者可透過平台線上預訂餐點，待預訂時間再致店家領取。

## 伍、獲利模式

主要營收來源：店家服務費（即第三點）

## 一、開辦費用

店家申請加入平台時，針對人事成本的收取費用，前期鼓勵店家加入會提供優惠，待平台穩定後將會收取固定金額。

## 二、抽成模式

從店家每筆成功媒合的訂單中抽取一定比例的服務費，將會一年或一個月一次收取。抽成比例可根據市場行情和平台營運成本進行調整。

## 三、月費/年費模式

向店家收取每月或每年的平台使用費，提供店家使用平台的所有功能，相較月費，預繳年費會給予一些折扣，鼓勵店家與我們長期合作。

## 陸、行銷策略

### 一、目標消費族群

1. 年齡層：18-25 歲，以大學生為主。
2. 性別：無明顯偏好，男女皆為目標客群。
3. 生活型態：
  - (1) 學生族群：注重 CP 值、預算有限、生活步調快速、外食比例高、對新事物接受度高、活躍於社群媒體。
  - (2) 環保意識：部分學生具有一定的環保意識，認同惜食的理念，願意為減少食物浪費盡一份心力。
  - (3) 資訊來源：主要透過社群媒體（IG、Dcard、Threads）、網路論壇、同學朋友等管道獲取資訊。

### 二、消費習慣

1. 價格敏感：對價格較為敏感，容易被優惠活動吸引。
2. 追求便利：偏好方便快捷的消費方式，例如線上訂購、外帶自取。
3. 社群導向：容易受到社群媒體上的資訊和朋友的推薦影響。

### 三、行銷策略

我們的目標客群主要鎖定在大學生

## 1. 潛在需求

- (1) 省錢需求：大學生生活費有限，希望能以更經濟實惠的價格享用美食。
- (2) 環保意識：部分學生希望能透過消費行為，為環境保護做出貢獻。

## 2. 行銷策略

我們的行銷策略將以社群媒體行銷為主軸，結合校園宣傳和線下活動，並針對不同階段的目標，採取不同的行銷重點。

### (1) 初期（2月中-6月底）：建立基礎，提高平台使用率

- 行銷重點：提高平台知名度，吸引第一批使用者。
- 具體策略
  - 社群媒體行銷

#### **Instagram：**

製作平台使用教學影片和圖文，示範註冊、訂購、取餐等步驟，並在限時動態進行Q&A和店家推廣。

#### **Dcard：**

在相關版面發文，介紹平台特色和優惠活動，並與學生互動。

#### **Threads：**

建立主題討論串，讓使用者分享美食心得和對平台的建議。

- 校園宣傳

與學生社團合作，舉辦小型活動，例如美食體驗、惜食講座等。

- 線下活動

在校園周邊舉辦小型美食體驗活動，讓學生親身體驗平台服務。

### (2) 中期（7月-12月底）：擴大觸及，提升使用者活躍度

- 行銷重點：擴大使用者基數，提高使用者黏著度。
- 具體策略
  - 社群媒體行銷

**Instagram：**

舉辦更多有趣的活動，例如「今天吃什麼」輪盤、一週挑戰等，並與店家合作提供折扣優惠。

**Dcard：**

舉辦線上抽獎活動，吸引更多學生參與。

**Threads：**

定期舉辦線上活動，例如美食分享會、問答活動等，增加社群互動。

**加強短影音行銷：**

製作更具創意和吸引力的短影音，在 IG Reels、Dcard 等平台發佈，擴大觸及範圍。

- 校園宣傳

我們計劃與更多學生社團進行深度合作，舉辦更大規模的活動，進一步提升平台的影響力。同時，積極參與校園活動或市集，透過設置攤位進行平台宣傳，吸引更多目標用戶的關注。

- 線上線下整合行銷

將線上活動與線下活動結合，創造更大的宣傳效益。

(3) 長期 (2025 年起)：建立品牌忠誠度，拓展服務範圍

- 行銷重點：建立品牌形象，提高使用者忠誠度，並拓展服務範圍。
- 具體策略
  - 品牌形象建立：透過優質的內容和服務，建立良好的品牌形象，並強調平台的社會責任。
  - 會員制度：推出會員制度，提供更多專屬優惠和福利，提高使用者忠誠度。
  - 異業合作 與其他相關產業或品牌合作，推出聯名活動或產品。
  - 公益合作：與惜食團體或公益組織合作，共同推廣惜食理念，並舉辦公益活動。

(4) 具體行銷活動範例

- 「今天吃什麼」輪盤

在 IG 限時動態或影片中製作一個虛擬輪盤，輪盤上列出合作店家或餐點，轉到哪個就提供該餐點的折扣優

惠，吸引學生使用平台訂購。

- 一週挑戰

邀請學生挑戰在一週內只花 500 元在平台上購買餐點，並記錄每天的飲食和花費，分享在社群媒體上，引起話題和討論。

- 「惜食小學堂」

在社群媒體上分享與惜食相關的知識和資訊，例如食物保存方法、剩食料理食譜等，提高學生的惜食意識。

- 校園美食地圖

結合平台上的店家資訊，製作一份校園美食地圖，方便學生尋找美食，並在校園內發放或在社群媒體上分享。

## 柒、財務規劃

一、預估損益表

損益表	
營業收入	\$3,288,000
營業成本	(\$240,000)
營業費用	(\$2,940,000)
營業利益	\$108,000
其他淨收益	\$29
稅前息前收益	\$108,029
利息	(\$49)
稅前收益	\$107,980
稅	(\$84)
淨利	\$107,896

營收	3,288,000
預計參與合作店家數量	200
開辦費	3,000
平台費	8,400
抽成費	5,040
支出	
營業成本	240,000
平台維護費	240,000
營業費用	2,940,000
行銷費用	100,000
人力	2,600,000
租金費用	240,000
稅	稅率 20%

## 二、預估資產負債表

資產負債表	
資產	
現金	\$586,384
應收帳款	\$274,000
預付費用	\$400,000
固定資產淨值	\$400,000
總資產	\$1,660,384
負債及股東權益	
應付帳款	\$0
其他流動負債	\$0
長期負債	\$0
股東權益	\$10,840,000
總負債及股東權益	\$10,840,000

## 捌、困境、挑戰與貢獻

### 一、技術、資金問題

#### 1. 技術問題

##### (1) 開發與維護成本

平台前期需要投入許多人力進行系統開發與調整，架設完整且可完成購買或上架餐點的平台，並確保功能直觀、穩定且快速以滿足用戶需求。

##### (2) 手機 APP 開發挑戰

目前我們僅有從 Line 引導的網站上平台，暫時足夠提供給店家與民眾使用，未來若服務範圍持續擴大，使用手機的應用程式會更加便利，對於設計手機的 APP，Android 系統並沒有太大的困難，而 iOS 系統因對於應用開發有嚴格的技术要求和審核流程，需要重新設計程式，可能增加開發時間與成本。

#### 2. 資金問題

##### (1) 初期需要大量投入

平台開發、行銷與耗資較大，而收入來源可能尚未穩定，增加資金壓力，就如同目前時常需要針對平台的 BUG 做修改或對功能做優化，以及店家與民眾尚未認識到我們，這些都需要花費去增加與維護市場，但目前因為需要累積客戶，還不會向店家或顧客收取費用，因此目前收入較少且不穩定。

## (2) 高風險的投資回報期

平台剛成立可能需要較長的時間才能實現回報，這對股東來說是個風險。若投資者無法看到即時回報，可能會對平台的資金支持產生疑慮，進而影響平台的融資能力，也影響平台的運作。

## 二、法規限制

### 1. 食品相關法規

#### (1) 食品安全與衛生法規

食品標示與追溯：確保平台上所有餐廳提供的食品符合標準的標示規定，例如成分、有效日期等。

#### (2) 餐飲業法規

- 確保平台上註冊的餐廳具有合法營業執照及食品經營許可。
- 禁止未經許可的家庭廚房或非正規食品供應商入駐平台。

### 2. 消費者保護法

(1) 透明定價：需確保平台價格透明，不得隱藏額外收費。

(2) 隱私保護：遵守 GDPR（歐盟一般數據保護條例）或當地數據隱私法，確保用戶個人資料安全。

### 3. 公平競爭法規

(1) 獨家合作協議：不得強迫餐廳與平台簽訂排他性協議，否則可能被視為限制競爭。

(2) 反壟斷法：避免濫用市場地位進行不正當競爭。

### 4. 智慧財產法：需確保平台上的內容（如圖片、菜單）未侵犯他人版權。



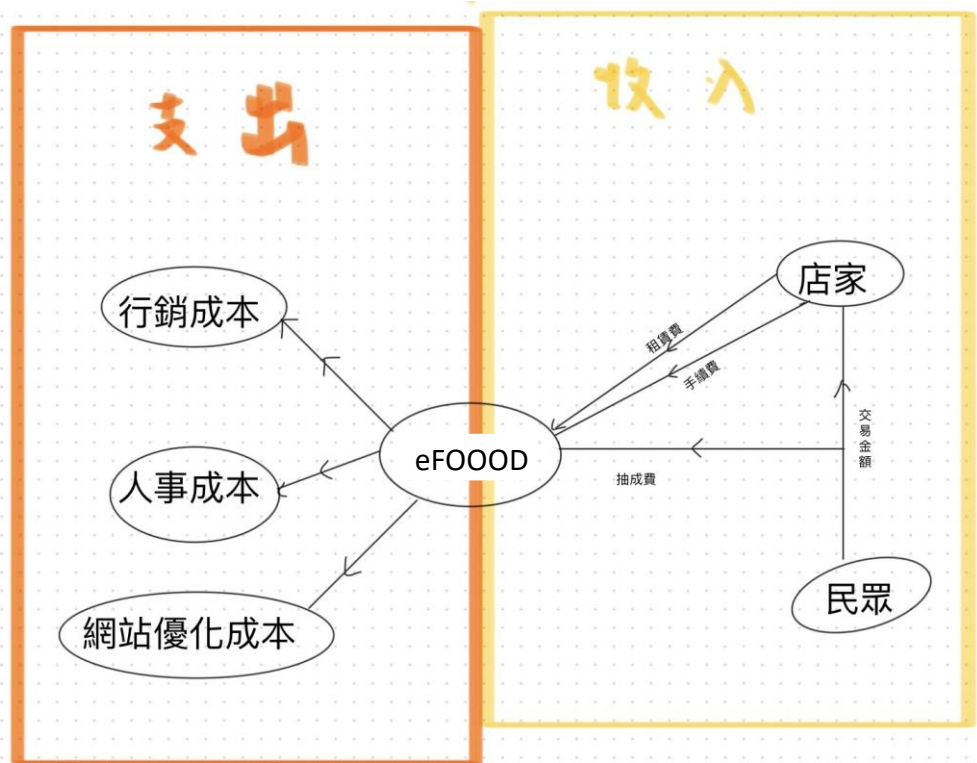
### 三、產能、定價、銷售問題(物流與金流問題)

#### 1. 短期擴張階段

暫不收取對店家和民眾的服務費，也不介入店家和民眾之間的金流，目的為吸引更多使用者加入並適用平台。

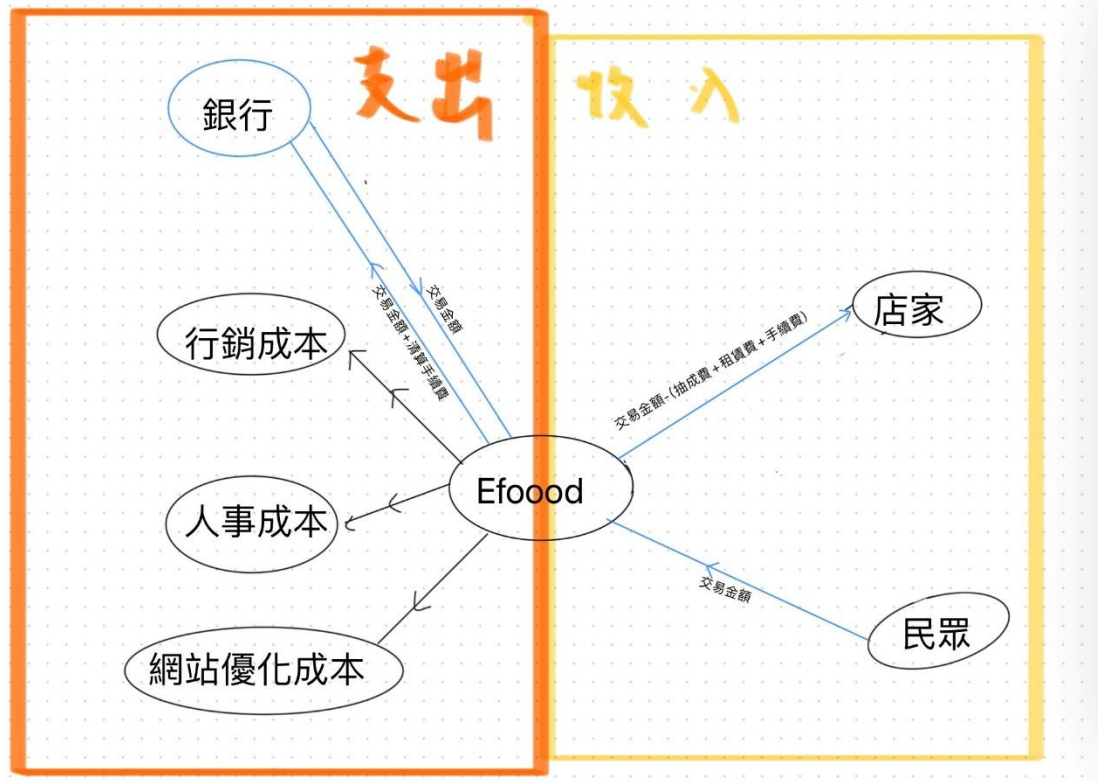
#### 2. 中、長期階段

向店家收取租賃、開辦、抽成費，但不介入店家和民眾間的金流，由民眾訂餐後配合店家收款方式付款，金流關係如下圖：



### 3. 長期發展後

民眾端將以 eFOOD 為中間平台拓展不同的支付方式，目的為優化使用者體驗，但這將提高 eFOOD 的成本和法律問題，例如：支付給銀行的清算手續費、店家將費用授權給平台統一處理需簽訂之合約等。一筆交易需支付給銀行的清算手續費大約為 2.5%~3.5%，這些成本將反映在對店家收取之手續費。金流關係如下圖：



## 四、可能的社會效應與價值，未來可能發展的機會或者方向

### 1. 環境 (Environmental)

#### (1) 減少食物浪費

eFOOD 幫助將即將過期或剩餘的食物重新分配，延長食物的價值鏈，降低浪費。

#### (2) 節省資源消耗

- 降低因生產過剩食物所需的水資源、土地及能源消耗，實現資源的永續利用。
- 減少填埋場中未使用食物的累積，進而減少溫室氣體（如甲烷）的排放。
- 食物從生產到廢棄的過程中耗費大量資源，eFOOD 的模式幫助減輕了供應鏈的壓力。

### (3) 推廣循環經濟

平台的運作促進了「資源再分配」的循環經濟模式，讓食物資源以更高效的方式被消費和利用。

## 2. 社會 (Social)

### (1) 提供高 cp 值食物

- 平台讓消費者能以低廉價格購買優質食物，特別是對經濟弱勢族群提供支持，降低生活成本。
- 為公益機構和社區活動提供低成本食物來源，進一步推動社會平等。

### (2) 增加社會對食物浪費的意識

- 透過剩食交易的模式，提升消費者對食物浪費問題的關注，推動更負責任的消費行為。
- 改變「剩食即垃圾」的傳統觀念，鼓勵全社會珍惜資源。

### (3) 支援商家與個人

- 幫助商家有效處理過剩的存貨，減少財務損失。
- 促進個人之間的食物資源共享，增強社區凝聚力。

## 3. 公司治理 (Governance)

eFOOD 的運營模式與聯合國永續發展目標 (SDGs) 中的 12.3 減少糧食浪費的目標高度契合，致力於推動永續經營，減少食物浪費，提升資源利用效率。

### 玖、團隊成員自我介紹與分工

成員	營運計劃書分工	自我介紹
徐家馨	撰寫商業模式及相關法規限制	我是兒家二的徐家馨，目前累積了些許的實戰經驗，以下是參與過的專案與競賽： <ol style="list-style-type: none"><li>1. <b>PSBH 國際問題解決松</b>：與四名來自不同科系的隊員合作，運用創新思維攜手討論「導引視障幼兒辨識與分類能力訓練」的議題，並獲得「評審特別獎」的肯定。</li><li>2. <b>創新創業國家隊與 eFOOD 合作</b>：</li></ol>

		<p>與組員一同進行惜食平台 eFOOD 的優化與推廣，深入了解創業流程與市場需求。</p> <p>3. <b>籌備 U-start 競賽</b>：主動規劃參與校外創新創業競賽，透過團隊合作與市場調研，希望打造具有市場價值的創新提案。</p> <p>4. <b>錄取 XChange 互聯網大學 MKT 組</b>：在歷年錄取率僅十幾趴的書審及面試有幸錄取，以行銷組成員的身份，學習數位行銷與品牌運營技巧，希望能提升自己的行銷能力並運用到未來的專案中。</p> <p>我是一個充滿好奇心且具行動力的人，喜歡挑戰未知，能以積極的態度追求自我突破。一旦確立目標，我會全力以赴，不斷學習與成長。未來，我希望成為具備多元領域能力的人，能夠整合不同專業知識，創造出對社會更有價值的成果。</p>
陳沛均	<p>試算預估損益表、資產負債表，撰寫技術與資金的困境</p>	<p>我是企管系大二的陳沛均，個性活潑但慢熱、謹慎，喜歡探索不一樣的方向，過去曾在高中加入熱音社與媒體服務隊，與隊員一起透過照片、影片紀錄學校活動，也會和隊員一起發想企劃、進行採訪、剪輯影片、製作節目，並將成果分享給全校師生觀賞。</p> <p>目前在輔大有參加熱舞社、攝影社、金融投資實驗室與創新創業國家隊。在金融投資實驗室的研究員小組，已與組員一起研究先進封裝產業，從了解產業、蒐集資料、分析資料再到提供建議，了解到如何進行產業報或個股報告書，還有正在準備參加其他的投資競賽增加經驗，如：社團的投資競賽與第四屆潛力種子盃個股研究競賽，也曾參加過 PSBH 國際問題解決松，針對痛點解決問題，</p>

		實際提供解決方案並發表。
黃榆捷	物流金流問題、 社會效應與價值	我是企管二乙黃榆捷，曾參加校內商業分析社團，利用學校中學到的財務、管顧知識，幫助攝影工作室解決勞資雙方利益不協調的問題，獨自訪談過 2 名攝影師和 1 名工作室老闆，有獨自訪談和拆解、驗證問題的能力。同時我也超級喜歡狗，參加校內愛狗社活動並擔任與商品製作廠商溝通的負責人，可說理性和感性兼具。對數據爬蟲感興趣，大二通過 TQC+ 的 pythonc 和網路資料擷取證照，今後會持續朝這方面進修。
史安倪	撰寫序論、商業 模式與行銷策略	大家好，我是史安倪，目前就讀輔仁大學企業管理學系大二，我擁有熱情、積極、創新的特質，善於在不同的背景中與人交流並汲取靈感，喜歡挑戰新事物。在大一期間，我積極參與社團，也參與了多項專案任務，累積很多的團隊合作經驗。在大一時，我在金融投資實驗室社團擔任 BD，協助撰寫商業提案找尋廠商，並促成合作贊助達到指定金額，同時也擔任活動主持人主持整場活動。並且也加入商業分析社與幫助業主解決問題並進行小組專案。大二上學期作為創新創業社實驗開創組的幹部，於領導力培訓工作坊時帶領小組規劃下一學期的社團營運模式，同時也協助幫忙社群經營發文。也曾在 PSBH 競賽中獲得第二名。下學期參加了學生會首次要舉辦的辦桌活動，並擔任活動組組長，負責規劃與執行相關活動。
曾梓涵	撰寫市場現況與 產業分析、法規 限制與條件、競 爭對手分析	大家好，我是曾梓涵，目前就讀輔仁大學資訊管理學系大二。大一的時候我擔任過輔大海外服務學習中心越南團的總召，帶領團隊前往越南進行國際志工服務。在創客松 GLO

		<p>Winter 2023 中，得到創意獎第二名。此外，我參與了台大模擬聯合國社、WORLD MUN、MOCK MUN 等活動，並於過程中培養了良好的溝通及團隊協作能力，同時，我也曾在 PSBH 競賽中獲得佳作。</p> <p>目前大二也加入了創新創業國家隊跟 eFOOD 合作、當創新創業社團的幹部、籌備 U-start 競賽跟參加了學生會辦桌活動作為活動組成員，負責規劃與執行相關活動，為今年畢業的學長姊留下深刻的回憶。</p> <p>在這一年半的大學生活中，我參加了不同活動，希望可以培養溝通、合作、統整等等能力，也希望在未來的大學生活中可以繼續努力，學習更多新的技能。</p>
--	--	---

#### 壹拾、參考資料

1. 食品安全衛生管理法。全國法規資料庫。  
[https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=L0040001&utm\\_source=chatgpt.com](https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=L0040001&utm_source=chatgpt.com)
2. 食品安全衛生管理法施行細則。衛生福利部食品藥物管理署。  
[https://www.foodlabel.org.tw/FdaFrontEndApp/Law/Edit?SystemId=fef47303-6035-4dbe-a02d-e67e37716f29&clPublishStatus=undefined&utm\\_source=chatgpt.com](https://www.foodlabel.org.tw/FdaFrontEndApp/Law/Edit?SystemId=fef47303-6035-4dbe-a02d-e67e37716f29&clPublishStatus=undefined&utm_source=chatgpt.com)