

以體驗及美學經濟之觀點探討餐廳經營競爭優勢-以食養山房為例

賀力行, 馮淑雲, 廖成文, 華榕

科技管理學系

管理學院

ho@chu.edu.tw

### 摘要

隨著飲食型態改變與多樣性，餐飲業的競爭也日益激烈，加上消費者消費意識提高，生活水準提升，消費者的要求不再只是吃得飽，甚至要能達到感官上的滿足，因此以美學為訴求的餐廳已成為餐飲業中的一股新潮流。本研究將藉由個案研究方法及競爭優勢矩陣，分析食養山房之經營競爭優勢。本次研究之結果顯示美學經營之餐廳多屬能力競爭優勢，而競爭優勢的創造及維持來自資源具有獨特、專屬及模糊等三大特性：1. 獨特性 2. 專屬性 3. 模糊性。因此，經營美學餐廳不需像一般餐廳要有專業之餐飲設備、行銷手法及完善之員工訓練制度等，而是應注意所提供之產品、服務以及整個環境營造之獨特性及專屬性，如此才能雖居陋巷，卻依舊門庭若市。

關鍵字：美學經濟、個案研究、關鍵成功因素、核心資產與能力