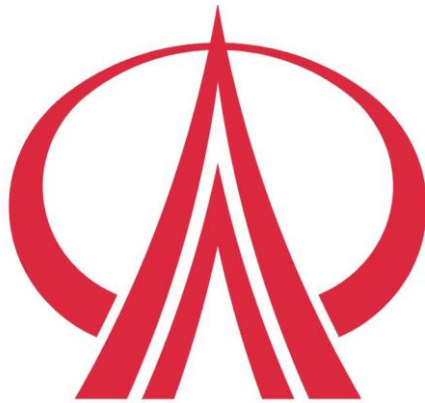


修平科技大學

行銷與流通管理系

三明治教學校外實習專題

實習公司：安心食品服務股份有限公司



指導教師：李文明 老師

學生：BZ98021 黃郁婷

中華民國 102 年 05 月

摘要

MOS 自 1972 年創業開始，以提供真誠的服務與美味的餐點為基本理念，一本東方「食的文化」及「衣食同源」的概念，堅持開發並提供對健康有益的新餐點，我們選擇真材實料且對身體有益的高品質食材，獨具東方口味。我們更堅持好味道就是冷熱相宜，熱的熱呼呼、冷的冰冰涼；熱呼呼的美味必須現點現做，我們大部分的餐點均在顧客點餐後，一個個現做，熱騰騰地呈現，滿足對味蕾的感受要求。

目前在「安心食品服務股份有限公司-摩斯漢堡」實習，從去年七月至目前已實習九個多月，共計時數已超過一千小時了，實習結束後，會帶著從這學到的經驗步入社會。

致謝

感謝系上給了我們這個機會，在四年級有實習學分，讓我們提前體會出社會的感覺，多些歷練！

感謝實習單位的照顧，讓我學習到許多學校學不到的事情，與人應對進退、做事的態度，也感謝所有的同事，在職場上對我的幫助，互相扶持的感覺真的很棒！

感謝老師及同學們，老師對我們實習的關心與協助，同學們間的加油打氣，讓我們在實習的路上備感溫暖！

感謝我的家人，總是在背後默默支持我，不管在職場上發生什麼事，他們都會是我的後盾，成為我強大的力量！

目錄

摘要.....	I
致謝.....	II
目錄.....	III
圖目錄.....	IV
表目錄.....	V
第一章 實習動機與目的	1
第一節 實習動機.....	1
第二節 實習目的.....	1
第三節 實習公司甄選過程.....	2
第二章 公司介紹	3
第一節 公司沿革與現況.....	3
第二節 公司策略.....	5
第三節 公司戰術與作業策略.....	10
第四節 直接負責單位業務內容.....	13
第三章 個案公司實習所見	15
第一節 人力規劃及甄選程序.....	15
第二節 門市營運管理實習.....	26
第四章 實習心得與未來建議	48
第一節 實習心得.....	48
第二節 未來建議.....	50
第三節 我的未來計畫.....	51
參考文獻.....	52

圖目錄

圖 2-1 公司組織圖.....	4
圖 2-2 五力分析.....	8
圖 2-3 公司部門分布圖	13

表目錄

表 2-1 SWOT 分析	7
---------------------	---

第一章 實習動機與目的

第一節 實習動機

大四課業中，可選擇專題或實習，比起在學校讀書，我對實習更有興趣，可以比別人先踏出一步去體會這職場，與學校所學到的並用，一邊上課外，也能賺些生活費和學到工作經驗與累積實務經驗。

第二節 實習目的

將學校所學的在實習過程中學以致用，在工作中學習學校無法學到的或未曾學過的東西，在實習過程中思考這樣工作的性質適不適合自己，為自己的未來衡量、評估適合哪方面的工作，步入社會後才不至於措手不及。

第三節 實習公司甄選過程

去年五月系上舉辦實習廠商說明會，藉由系上提供的三明治實習合作公司中，選擇實習單位。

我所面試的單位有兩間，其一為星巴克，另外就是摩斯漢堡，在面試第一間(星巴克)時可能太過緊張，沒有將我的優勢說出，所以並未錄取，面試第二間廠商(摩斯漢堡)時有比較鎮定，也將自己的優點說出，所以順利錄取了。

錄取了摩斯漢堡後，無法選擇在哪間門市實習，而因為我們的職位是正職，所以必須先上台北受訓五天，等待實習廠商公佈實習地點，實習地點公佈後，直接與實習門市確認上班日期與時間，就這樣開始了我的實習旅程。

第二章 公司介紹

第一節 公司沿革與現況

一、 公司名稱及介紹

安心食品服務股份有限公司(摩斯漢堡) MOS BURGER 為日本第一品牌，名列日本顧客滿意度最高的企業前茅。日本外食產業之首。現有亞洲近 2000 家店，跨足台灣 219 家、新加坡、泰國、香港、印尼、大陸、澳洲地區…等地。我們在台灣隸屬於東元集團服務業事業群，現有員工數近五千人。2011 年正式成為上櫃公司。

二、企業組織圖

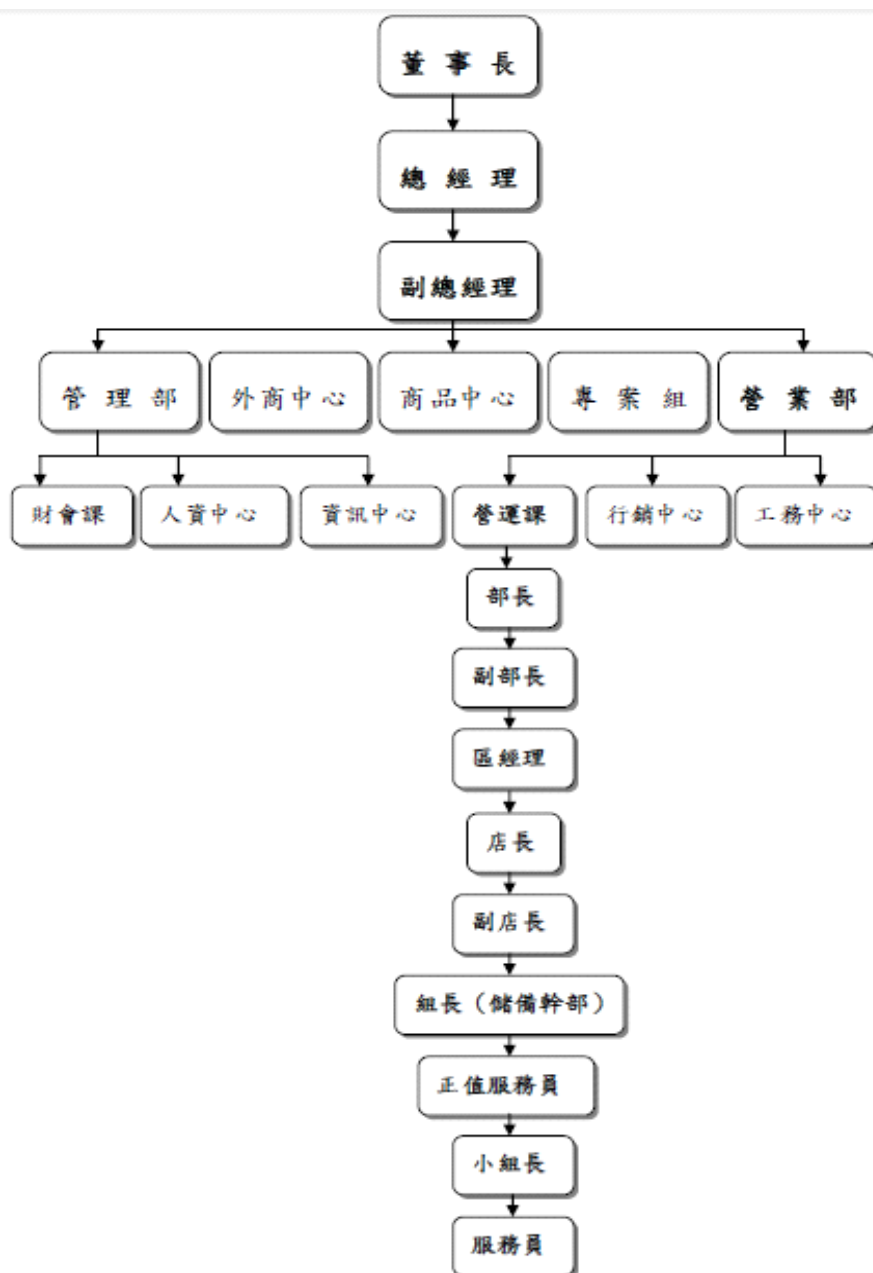


圖 2-1 公司組織圖

第二節 公司策略

一、 公司策略及目標

1. 「貢獻人類」-為創造顧客的祈福而服務貢獻。
2. 「貢獻社會」-為創造社區的幸福而服務貢獻。
3. H(Hospitality)：真心相待、熱情關懷。
4. D(Delicious)：提供顧客安全、高品質又美味的餐點。
5. C(Cleanliness)：光亮清潔的店舖。
6. + α (Speed)：迅速、敏捷的應對。

(1)HDC+ α 就是做出可讓顧客百分之百滿意的對應，是摩斯漢堡訂定的基本目標，在強調快速用餐的速食業態中，走進摩斯，能享受到另一種吃飯的步調。

(2)創始以來，摩斯強調「現點現做」，當前台服務員一拿到餐點需求後，透過麥克風通知廚房製作，平均等待 7 分 30 秒，顧客拿在手上的餐點，或許燙嘴，但正新鮮。「新鮮」、「美味」、「健康」、「安心」，以及「採用在地當令食材」是摩斯的行銷利器，也是摩斯漢堡產品定位與發展主軸。

(3)摩斯漢堡以具有生產履歷的農畜產品為食材的採購成本雖高，卻落實了品牌對消費者的承諾，無形間加強消費者的信任，並拉大了與同業的區隔。摩斯漢堡最為消費者熟知的產品，是各種

健康訴求的餐點，強調新鮮食材，並積極投入研發創新產品，是品牌核心競爭力。摩斯漢堡在餐點的製作上，只選用有生產履歷的食材，例如，選用的有機米，在摩斯官方網站上，都可以清楚看到產地、米農、品種、種植方式等基本資料，也可以檢視農民的栽種情報、生產紀錄和檢驗報告。蔬菜，施放農藥及採收時間，也都有經過一定的程序控管，連雞蛋都有自己的生產履歷，保證品質，讓消費者備感安心。

二、公司的外在競爭者

外在競爭者就是麥當勞、肯德基、漢堡王、SUBWAY 等速食業者等…

三、說明企業（或公司）的 SWOT。

表 2-1 SWOT 分析

S 優勢	W 劣勢
<ul style="list-style-type: none">● 東方口味、現點現做● 健康概念、開放式廚房● 優質服務、明亮環境● 顧客忠誠度高	<ul style="list-style-type: none">● 價格太高、需等待時間● 份量較少、市場佔有率小● 開店成本高
O 機會	T 威脅
<ul style="list-style-type: none">● 形象良好、外食人口成長● 健康意識抬頭、在鄉鎮設點	<ul style="list-style-type: none">● 經濟環境的惡化● 同業競爭、成本提高

四、公司五力分析

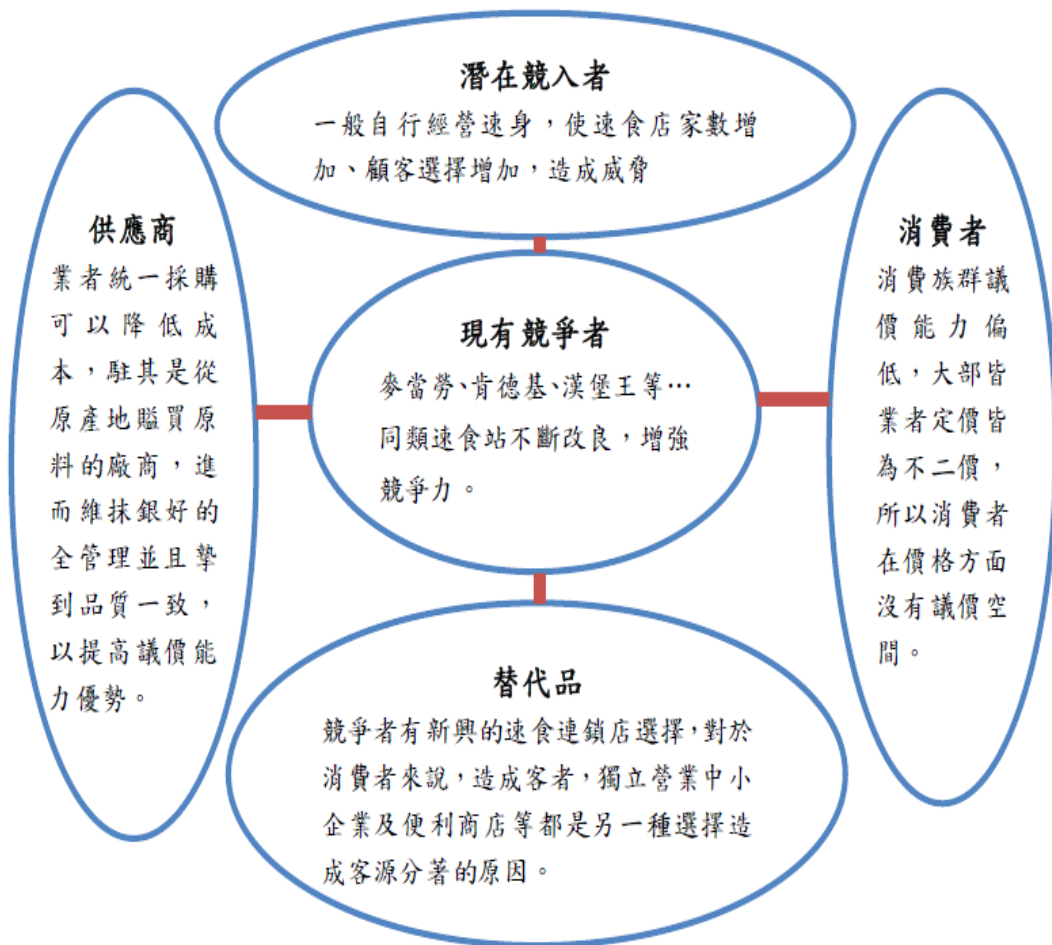


圖 2-2 五力分析

一、現有的競爭者

市場上有麥當勞、肯德基、漢堡王、SUBWAY 等速食業者眾多，又加上現代人生活步調緊促更而導致速食市場的競爭激烈。而摩斯漢堡的產品強調現點現做，主打新鮮食材，跟其他速食業相比更能抓住顧客的心。

二、 潛在的進入者

在越來越講求便利的時代，許多便利超商及大賣場陸續提供出微波式米漢堡、握便當等食品，面對如此龐大的連鎖企業在未來將是非常強大的對手。速食業者屬於獨占性競爭市場，進入障礙小、產品差異性大、廠商家數眾多，因此潛在進入者很多。

三、 替代品

因摩斯漢堡的價格偏高，對於大部分顧客而言要兼顧荷包又要能吃飽，而會選擇目前市場的其他餐飲業者，例如便當、湯麵等。

四、 廠商議價能力

廠商家數眾多，多以長期合作為目標，所以議價能力中等。

五、 消費者議價能力

雖然現今經濟景氣不算好，但因摩斯漢堡是以提供最高品質為宗旨來服務顧客，為了不因價格而影響品質故保持著絕不降價來打價格戰的堅持，且購買者普遍以 20~30 歲的上班族及女性為主，因而使得消費者的議價能力較弱。

第三節 公司戰術與作業策略

一、連鎖企業

安心食品完全以自有直營連鎖方式於各適當地區設店經營，現場調理提供各式漢堡、點心、湯品、飲料等商品銷售與用餐消費者在店內客席或外帶食用，目前已近 260 家門市，未來展店目標將在台灣開設 300 家門市據點。摩斯漢堡經營型態是提供漢堡、熱狗、三明治、沙拉、甜點及湯飲料等餐飲項目，商品包括主餐類(漢堡、米漢堡、熱狗堡、三明治等)佔營收 49%、點心類(雞塊、炸雞、薯條、沙拉、蒟蒻、甜點、冰淇淋等)23%、湯飲類(熱飲、冷飲、果汁、湯等)24%、其他類(禮盒)3%。以內銷為主力，其中北區銷售比重佔 74%以上，中區、南區市場則佔約 25%左右。

MOS 鎖定的客群主要是以年輕且有經濟能力之消費族群為主，而 70%的顧客是 15 歲到 40 歲的女性，男的比例較少。像麥當勞的目標市場主要是小孩，大人為輔，MOS 則是以大人作為主要的目標市場。另外，學生族群也是佔了一大部份，甚至有少部分的學生是專門來讀書的，擁有安靜的空間、舒適的座位，確實是不少學生讀書以及休息的好地方。

二、營業資料

1. 來客數

每日約四百人、每週：約三千人、每月：約一萬三千人。

2. 營業額

每月：約兩百萬元、每年：兩千五百萬元。

三、摩斯漢堡的策略

1. 服務面

(1)摩斯漢堡都是現做的。

(2)為您服務到桌。

(3)提供電話訂餐。

(4)提供書報雜誌。

2. 環境面

(1)透明開放式廚房

(2)柔和燈光及淺黃色調布置

(3)整潔的空間

(4)舒適柔軟的沙發座椅

(5)於用餐區附有洗手檯跟消毒酒精

3. 食材面

(1)採用具生產履歷的優質食材。

(2)有機新鮮蔬菜。

(3)紐西蘭自然牛肉。

4. 營養分析比較(以摩斯漢堡、肯德基、麥當勞雞腿堡舉例)

(1)摩斯漢堡(蜜汁烤雞堡)熱量 335.2 卡。

(2)肯德基(卡啦雞腿堡)熱量 445 卡。

(3)麥當勞(勁辣雞腿堡)熱量 440 卡。

第四節 直接負責單位業務內容

一、直接負責單位組織圖

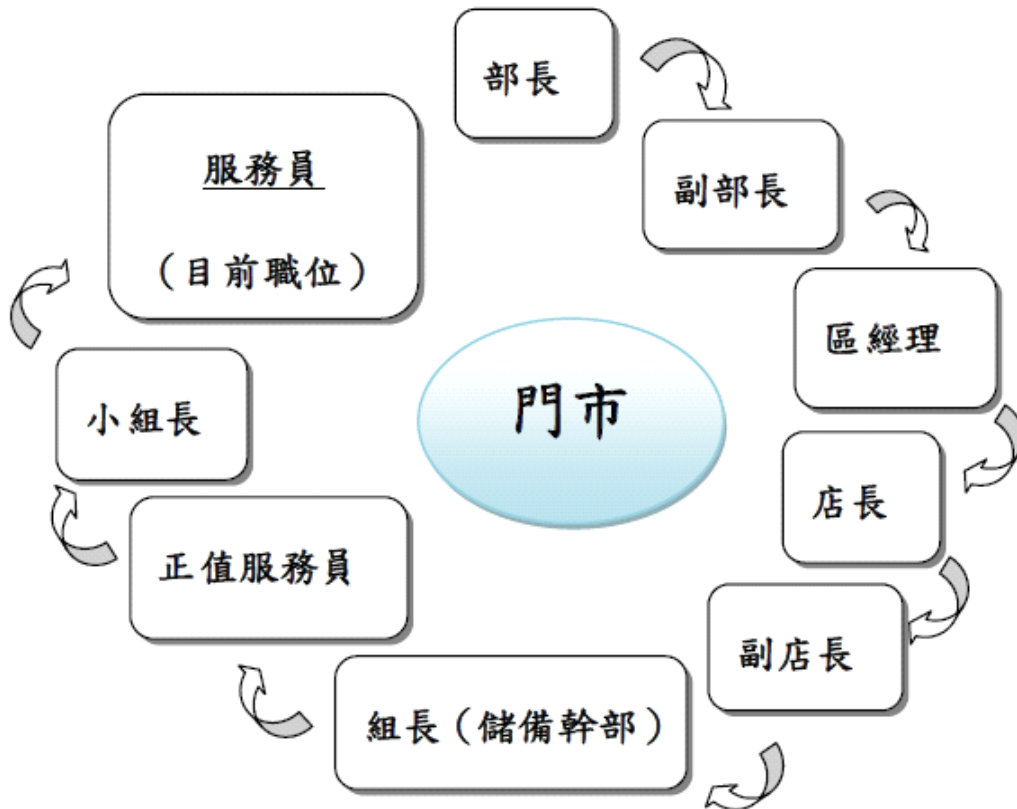


圖 2-3 公司部門分布圖

二、直接部門工作內容及介紹

工作內容主要為收銀、做餐、發貨、值班行政。

收銀時，推銷店鋪人氣商品、加購品、禮品等，服務前來消費的消費者，同時需注意客席是否髒亂、回收台的整理、以及前台的清潔等等…。

做餐時，聽到收銀員指示下餐點，在最快速的速度內做出美味的的
餐點外，要巡視廚房食材的保存期限，在期限內使用完畢或丟棄，
補貨、洗菜、濾油、洗器具等等…。

發貨時，計算每日/每週的用量，另外加上安全庫存及新商品食材的
計算數字，平均的在一週的進貨日進貨，而不會斷貨，若不小心發
生(快)斷貨也要馬上跟其他店借，避免客人吃不到想要的餐點。

值班行政時，工作分配、控制、協助收銀及做餐，門市有狀況時出
面處理，回報業績、盤點庫存、算每日營收給上層等等大小事…。

三、工作時間與輪值方式

班表由幹部安排，再經由店長審核後公布，通常會在星期日公
布，每次一週，如有指定休假需提前向店長說明，目前是固定晚
班，時間為15點至01點不定。每週如沒指定休假會固定可休兩
天，其中一天為星期一回學校上課，每日上九小時不定。

四、相關的工作人員、主管與利益關係者

相關工作人員對上是值班主管、店長、區經理，如有值班行政
的話，對下才有服務員。

第三章 個案公司實習所見

第一節 人力規劃及徵選程序

一、人力規劃

為了維持人員質與量的提升，就必須擁有充裕的員工人數，並不斷地培育以提升員工的素質與能力。為了避免員工突然的辭職，透過日常的溝通來掌握員工的生活狀況，以提早預測員工離職的動向，事先擬定人員的招募、培育計畫。

二、員工甄選與試用

用人唯才，摒絕人情關係，伙伴任用均以公開甄選方式為之，面試重點是以工作服務熱誠和時間的配合為主，留下資料被通知後先面試溝通上班時間和注意事項，由店長面試通過後決定擔任此工作崗位和準備體檢、繳交工作資料。

三、員工的教育訓練

1. 知識教育，集合所有的對象，在有別於職場的地方進行，將公司的理念與制度確實的傳承到每一位員工身上，這個方式是針對所有員工同時傳達相同的情報，為了能謀求提升全體的知識水準教育。

2. 技術訓練，指的是在現場教授時際作業時，所必要的知識和技術。一般而言是用一對一的指導方式。為了讓學習者可以立即實

踐所學習到的事，可以配合對方的程度進行指導。指導員對於學習者完成後的結果，要給予回饋與評價，要避免負面的評價，做得好的地方要給予讚美，讓學習者有自信，針對需要改進的地方，要提供具體的建議。正職人員是參加在職訓練課程，定期有檢定考試，通過者可加薪或升遷。訓練對象分兩種：(1)計時人員(2)正職人員

(一)訓練方法

- A. 計時人員：正式錄取後會到訓練店上三至四小時的職前訓練課。
- B. 正職人員：正式錄取後，就至台北上新人訓練為期 5 天，結束後並安排到訓練店進行店鋪實際操作，為期 3 週，在分發至店鋪。

(二)訓練成果的評估

- A. 計時人員：店鋪裡分為準備、燒肉、製作、控制、收銀等區域，每塊區域要學的東西有所不同，當一區學完，上層人員會評估是否可以往下個區域學習。
- B. 正職人員：在台北上完新人訓練課，會以實作與考試方式來評估是否可安排到訓練店進行店鋪實際操作。

(三)員工的在職教育訓練

無論是計時工讀人員或是儲備幹部，在店鋪內上層人員都會評估學習成果，並安排員工學習另一項事物，不斷的訓練新的事物，讓員工能學會 MOS 所需每一項事物。

四、工作績效評估與考績

每兩星期定期開店舖會議，每個月則有區會和店長會議，檢討每家店的改進處，也有業績評比和新產品之銷售率競爭。

升遷制度採能力精實主義，適才適所，夥伴經新進考核期後，打破學資歷限制，以夥伴個人表現，作為升遷考核依據，公開賞罰與拔擢。

1. 績效評估的重要性

企業會對屬下的工作表現做一評估，以了解員工完成工作任務水準的情況主要目的在於提供資訊以供企業進行人事決策以及員工發展的參考。

許多人事工作的決策如果能考慮員工工作績效，那麼員工的士氣會提升，受激勵較大。

2. 工作績效評估方法之檢討與改進

(1) 人格特徵

利用會影響工作表現的個人特徵、知識、能力來衡量一個人的工作表現。

(2) 行為、工作活動

以工作過程、活動、行為為效標。這種方法主要在測量一個人在工作中從事的活動，或表現出來的行為。

(3)工作結果

員工努力完成一個事先預定工作目標的程度。

3.考績評分表之項目

(1)專業技術、品德操守、服從性、工作品質等欄位，讓總分等於100，評分項目均攤，依各職能做諸如此類的設定，此月目標配分可高一些以作為重點。

(2)出差勤記錄：填寫該員出差勤記錄，亦可設計全勤加分，或缺勤扣分等標準。

4.考績評分表之使用與評比技巧

(1)定期觀察員工的工作表現、回饋、教導，並做記錄。同時，將所觀察的到的優、缺點回饋給員工，針對缺點提出改善意見，並教導員工改進缺點。

(2)利用所設定的標準來評量員工的實際表現。

(3)面談：主管和部屬就員工在一個期間內所完成的工作目標、優、缺點，以及改善計劃交換意見，達成共識。

五、輪班制度

排班分為三大類，早班、中班、晚班，24 小時營業的店還有大夜班，一週休兩天，假日一定要上班，如有緊急事情需找到替代人員代班，如沒經店長或正職人員許可則為曠職。

店鋪營運要能有效的運作，必須透過團隊齊心協的合作，並非單靠一個人獨挑大樑就能完成。而有能有效配置人員，又能控制店鋪成本，就非得靠班表安排不可。

透過班表事先將人員做有效的配置與安排，把符合某一特質或專長的夥伴安排在其適當的後作位置，讓其發揮最佳的工作效能，如此站鋪才能達到顧客滿意。

1. 排班方法與技巧

排班是店鋪控制費用成本的管理業務之一。店鋪中的出勤人數如果過少，將無法提供令顧客滿意的服務；反之，若是出勤人數過多，就等於虛耗成本，減少站鋪的利益。為使店鋪能順利的營運，必須觀察週別、季節等因素的影響而造成的營業額、來客數的變化，並參考這些數據製作出理想班表。

儲備幹部與計時工讀人員排班方式有所不同，如下：

儲備幹部人員：每天 9 小時(含 1 小時休息時間)月排休 8~10 天。

計時工讀人員：依個人時間排班，以工作者便利性選派。

如有需指定休假，每星期四以前向店長說明，每星期日公佈下星期班表。因本店為 24 小時制，所以分為早、午、晚、大夜以及三明治手班，每上班時間都以四小時為基準，最多不超過八小時。

2. 緊急調班作業

有時員工會有突發狀況，班調了沒和當事人說明、臨時有事要晚些時段來等等…的狀況，值班人員得知消息後，先考量現場人員為主，能加班的先行考量，當然加班人員在這個部份是會給予加班費的，如果現在人員都無法加班，就以電話連絡該時段能上班的人員，與他們說明為何緊急調班之原因，以近到遠來詢問是否能前往公司上班等方式，來做為緊急調作業。

六、獎勵制度

激勵性薪資獎勵制度:MOS BURGER 激勵性的彈性薪獎制度，若店有達到目標業績，店長和正職人員彈性衡量計薪或調薪，績效表現佳者給薪優渥。店裡也會有獎金提供員工聚餐。

1. 獎勵制度種類、工作績效、考績與獎勵制度執行的結合

獎勵制度分為下列六種：

(1) 發給獎金

(2) 記大功

(3) 記小功

(4) 嘉獎

(5) 實物發給

(6) 公告獎狀表揚

A. 員工有下列情形之一者，得酌予「發給獎金」獎勵：

a. 研究開發新產品，市場銷售成績良好者

b. 節省原物料，利用廢料或改善技術，可計算其價值者

B. 員工有下列情形之一者，得予「記大功」獎勵：

a. 遇非常變故，臨機應付措施得當或奮勇救護保全人命或公物者

b. 於業務上或對公司營運有重力革新，能擬定具體計劃，確有執行成效，經審查後裁定得予獎勵者。

c. 施救災害得宜因而減少公司重大損失，有具體事實者。

d. 對於舞弊或有害本公司權益情事，能事先揭發或防止而使公司減免損失者。

C. 員工有下列情形之一者，得以「記小功」獎勵：

a. 節省原料或利用穀料有顯著成果者

b. 預防機件發生故障或搶修工程提早完成，因而增加營運者

c. 提供有利計劃或研究改善營運、事務工作或設備，經採納施行確有顯著效益者

d. 執行臨時、緊急、重大任務，依限期完成，其優異貢獻者

e. 領導團體活動或以個人成就代表公司，獲得全國性比賽優勝，為公司贏得殊榮者

f. 有其他較大功績者

D. 員工有下列情形之一者，得以「嘉獎」獎勵：

a. 服務盡責，才能表現優異或熱心助人、服務同仁，有具體事蹟堪為典範者

b. 代表公司對外參加各類競賽或考試，成績優異者

c. 從事有利於公司或公共利益之服務，有具體事實者

d. 工作機警、積極發現失誤，查獲違法違規情事，使公司免受
損失者

e. 有其他功績者

E. 員工有下列情形之一者，得以「實物發給」獎勵：

a. 協助搶救災變者

b. 擔任修建或搶修設備，負責盡職，使工作提前完成者

c. 有其他功蹟或表現成績優異者

F. 員工有下列情形之一者，得以「公告獎狀」獎勵：

a. 拾物拾金不昧者

※工作績效與考績具有以上獎勵之條件者，均給予相對獎勵以之鼓勵，並因實事做檢討改進獎勵制度條件。

七、員工保險與福利

摩斯漢堡日臻完善的福利:員工伙伴的福祉，除依有關法令規定外，我們增設許多福利措施，提供正職員工伙伴一套完善的福利制度：勞工保險、全民健康保險、勞工退休金、團體壽險、意外險、醫療險、生日慶賀禮物、年終獎金與績效獎金、免費餐飲及免費制服、結婚、生育之慶賀、年節禮品及忘年會/迎春會、年度旅遊補助金、績優員工甄選國外培訓、外縣市員工宿舍。每個人每個月也會撥 50 元為急需救濟基金。每月也會有不同的員購商品。

一、加退保作業

保險分為勞保與健保兩項，當錄取確定後，勞保必定會幫當事人加保，而健保是由當事人決定是否要加保，或是要連同一級親人的一同保，由公司主管經公司網站幫忙申請。

二、慰問金、福利金、補助金..之申請

為員工辦理勞工保險及全民健保險，並依法補助保險費。凡遇有生育、傷害、疾病、殘廢、老年及死亡之保險事故時，由公司依勞保條例之規定辦理各種申領給付手續。員工之婚喪、喜慶，由公司依「員工婚喪喜慶禮金補助準則」致贈禮金。

三、離（退）職給付之申請

1. 離職申請作業如下：

(1)離職口頭申請(單位主管接獲離職申請時應會人事主管與之面談)

(2)決定離職日期(尊重員工個人意願，經雙方同意後決定日期)

(3)填寫離職申請書(各相關部門會簽，送人事單位存查)、預告(依規定時間)

(4)辦理移交手續(依程序表及職務移交規定辦理)

(5)離職生效

離職人員依預告期間提出離職申請呈核確定後，該單位主管應即於生效日前將離職申請書及退保轉出申報表送交人事單位，以便辦理退轉保險及有關薪資作業。符合解僱情事者之離職申請，可由其直屬主管主動填寫。

未辦妥離職程序者，薪資延至辦完離職手續後，於次一發薪日匯入原薪資匯款帳帳戶發放。連續曠職3日未事先通知主管而離職者，須結清所抵離職手續及帳款。如公司因之受有損失，得向員工請求賠償。

2. 退休申請作業如下：

(1)工作15年以上年滿55歲者或工作25年以上者

(2)退休之申請須於一個月前提出，經核准始得正式退休退休金給付辦法如下：

自勞基法適用日起，工作年資 15 年以內者，每滿 1 年給予 2 個基數，但超過 15 年之工作年資，年滿 1 年給予 1 個基數，最高總數以 45 個基數為限。未滿半年者以半年計，滿半年者以 1 年計。退休金基數核算標準，系指核准退休時 1 個月平均工資。員工之退休金自退休之日起 30 日內給付之，但公司於經營或財務有困難或退休準備金不敷支付時，經報主管機關核定後，分期給付。

第二節 門市營運管理實習

一、組織與環境之認識

摩斯經營理念：貢獻人類-為創造顧客的幸福而服務貢獻，貢獻社會-為創造社區的幸福而服務貢獻，做被顧客感謝的事。

MOS 從 1972 年創業開始，就對點餐現做的美味餐點有所堅持；堅持餐點必須在顧客點餐後，才一個一個開始現做，並根據東方「食的文化」來開發新商品。透過"好吃的漢堡"傳達摩斯的用心，並讓摩斯漢堡的美味深植人心。除了對美味的堅持外，也堅持提供對人類健康有益處的商品，基於「醫食同源」的概念，在材料上，我們選擇對身體有益處的食材，來製作餐點。

日本的 MOS BURGER 1972 年 7 月創立於日本東京。從 2.8 坪三個伙伴的小店，到今天 1686 店(2010 年 10 月止)，成功創造了一個跨足日本、台灣、新加坡、香港、泰國、中國大陸、印尼…等地多達 1607 家分店的外食連鎖企業。

1. 企業文化與經營理念

(1) 企業文化

摩斯漢堡來自日本，隸屬東元電機集團，為企業體延伸經營觸角，跨足服務業的先驅。1972 年 7 月創立於日本東京。從 2.8 坪三個伙伴的小店，到今天 1600 店(2004 年 7 月止)，成功創造了一個跨足台灣、新加坡、中國大陸、馬來西亞、夏威夷…等地的外食連鎖企業。日本摩斯漢堡名列全國顧客滿意度最高的企業前茅，更居餐飲業之榜首。日本 50 家外食連鎖體系，綜合形象評價最高的品牌。

A. 獨特東方漢堡美味

請動動腦！一般美式漢堡的長相麵包夾牛肉餡、酸黃瓜及蕃茄醬等，美味談不上。摩斯漢堡以獨有的東方口味配方調製，將漢堡的組合改變，創新漢堡口味，鮮美肉質及圓潤口味十足呈現，同時置入多量的蔬菜，給您新鮮健康與營養。

B. 台灣第一的米漢堡

漢堡新吃法，台灣第一個米漢堡，不吃不上道！摩斯漢堡領先發燒！摩斯獨家研製的米漢堡，以米飯經過特殊處理製成，挾著特殊風味肉片或高纖牛蒡，最受喜愛米食的國人所歡迎。

C. 台灣第一個辣味漢堡

辣味摩斯漢堡、辣味摩斯吉士漢堡，添加了肉厚多汁富含維他命C的墨西哥辣椒，有別於芥茉辛辣的口感，辣中帶甘的好滋味，增進您的食慾。

D. 田園素材 為健康加油

摩斯的『創造廚房』提供一系列健康取向的美味，牛蒡培根珍珠堡、蒟蒻、有機玉米濃湯、生菜沙拉，分別採用低脂肪、低熱量、高纖維的田園素材，給您新鮮與健康

E. 摩斯漢堡都是現做的

請稍等！我們馬上為您現做，您就能享用最鮮美的熱呼呼漢堡。它不是事先做好，您一點餐就給的「保溫漢堡」。摩斯獨特的各式醬汁，滲入熱騰騰的肉餡與鮮嫩蔬菜，加上現烤鬆軟可口麵包，讓個個漢堡美味陣陣撲鼻而來，絕佳的口感，令人回味無窮！只有親手的心意、現做的品質堅持才能嚐得到。

F. 為您服務到桌請先入座

「心」的服務。請您找個位子，稍等一下！等一會兒熱呼呼美味出爐時，服務人員送到您桌邊，請您盡情最有健康概念！享用最鮮美的熱騰騰好味道。

G. 格調高雅用餐好地方

給您特有的溫馨感覺，明亮清新的格局設計及色調搭配，軟墊舒適的座席，全店儘量避免使用塑膠合成材料，在不吵雜、不喧嘩的高雅用餐空間中，聽著輕鬆的音樂、品嚐精心調理的美食，三五好友、全家大小共聚一堂，多麼愜意啊！

H. 透明開放式廚房

吃得安心，吃出健康。您可隔著透明玻璃一目瞭然地檢視乾淨衛生的廚房，看著漢堡調理人員精湛的演出，目睹您點的餐品製作過程，讓您放心地品嚐享用！

I. 柔軟細緻的包裝袋子

最後一口，依然可口！將美味完全送到您的口中，摩斯漢堡早於 1973 年獨創這個能保有美味又外型可愛的袋子，完整地包住熱呼呼的漢堡，免沾污您的手部，並能將美味完全地品嚐至最後一口。

2. 經營理念

「提供美味的餐點，讓顧客能感受到幸福!!」我們希望用心以真誠、親切服務，提供好吃、安全又健康的餐點給大家。2004年3月起，台灣MOS與日本同步採用來自紐西蘭的自然牛肉。自然牛肉的特色是牛隻不施打抗生素或生長激素，只吃天然牧草健康成長，自飼養開始到肉品切割，都維持高品質的安全管理。

為顧客及社區提供美味、健康與幸福，讓MOS店舖成為顧客活力再生的源地，是我們一直努力的目標。「MOS」的名字中，蘊含著創辦人櫻田慧先生的期待與理想；就是要集合具有宏觀、開朗、熱情個性的工作伙伴，一起來做讓自己快樂，又能讓顧客感謝的工作。自1972年創業開始，以提供真誠的服務與美味的餐點為基本理念，一本東方「食的文化」及「醫食同源」的概念，堅持開發並提供對健康有益的新餐點，我們選擇真材實料且對身體有益的高品質食材，獨具東方口味。我們更堅持好味道就是冷熱相宜，熱的熱呼呼、冷的冰冰涼；熱呼呼的美味必須現點現做，我們大部分的餐點均在顧客點餐後，一個個現做，熱騰騰地呈現，滿足對味蕾的感受要求。

二、產業現況與發展

摩斯漢堡（モスバーガー、Mos Burger）是一知名日本連鎖速食餐廳，創辦人是櫻田慧（1997年5月逝世，享壽60歲），營運者是摩斯食品服務公司（株式会社モスフードサービス）。在東京地區起家的摩斯漢堡今日已是家國際性的跨國連鎖餐廳，主要的分佈點集中在亞洲地區。

1972年3月 - 東武東上線「成増站」實驗店開業。

1973年5月 - 「テリヤキバーガー」（蜜汁烤肉堡）開始販賣。

1987年12月 - 「モスライスバーガー」（摩斯米漢堡）開始販賣。

1989年12月 - 美國首店「カラカ瓦大道店」（夏威夷）開業。

1990年12月 - 「モスライスバーガーやきにく」（摩斯燒肉珍珠堡）開始販賣。

1991年2月 - 臺灣首店「新生南路店」（台北）開業。

1991年7月 - 「スパイシーシリーズ」（辛味系列）開始販賣。

1992年9月 - 「モスチキン」（和風炸雞）開始販賣。

- 1993年5月 - 新加坡首店「伊勢丹 Scotts 店」開業。
- 2003年8月 - 台灣松江旗艦店成立。
- 2004年1月 - 「日本のバーガー匠味レタス」開始販賣。
- 2005年3月 - 「日本のバーガー匠味十段」開始販賣。
- 2006年10月 - 香港首間分店於觀塘 apm 開業。
- 2007年3月 - 泰國首店於曼谷 CentralWorld 購物中心開幕。
- 2009年5月4日-台灣「台中公益店」於台中市開業。
- 2009年5月11日-台灣「內湖亞太店」於台北市內湖區開業。
- 2009年5月22日-香港第10分店於屯門 K-Point 開業。
- 2009年6月28日-香港第11分店於沙田禾輦廣場開業。
- 2009年12月11日-台灣第157間分店「蘆洲長榮店」於台北縣蘆洲市（今新北市蘆洲區）開業。
- 2009年12月-香港第12分店於君薈坊開業。
- 2010年2月-廈門第一間分店於10日開始試營運，25日正式開幕

2010年3月30日-香港第13分店於東港城開業。

2010年7月- 台灣店號199店「101店」，於7月在台北101購物中心正式開幕。

2010年12月- 香港第16分店於德福廣場 UNY 開業。

2011年5月16日- 台灣店號216店「實踐大學店」，於台北市中山區10463大直街59號大直社區開幕。

2011年9月20日-草屯店開幕

2011年11月14日高雄中山二店即將開幕

2011年12月12日大甲店、彰化中正店即將開幕

三、門市作業基本認識

後台設備有麵包機、蜜烤帕堤機、煎板台、微波爐、麵包機、油炸鍋這幾項設備在每天打烊後要做清洗的動作，然後再擦乾，而摩斯熱狗、法蘭克熱狗機器設備只要清理乾淨就好，而在後台裡因為要聽前台的點餐項目有出餐單來確認要做的餐點及跟顧客確認餐點，以避免 loss 掉餐點。

1. 收銀機功能認識與操作

收銀機不只有收銀結帳功能而已，還有其他工能，如：作廢發票、讀帳條、發票設定等…

- (1) 點選顧客大約年齡，輸入號碼牌號碼。
- (2) 選擇顧客所需商品。(p.s 可客製化商品，如需少冰、去冰、可點選，漢堡類也可少鹽、去萵苣等…)
- (3) 確定顧客商品後，點選小計。
- (4) 選擇付款方式，如：mos 卡、現金、禮金等…
- (5) 從收銀機裡拿出所需找的錢與發票機上發票親切的交給顧客。

2. 店舖設備之維護與保養

每日都會清洗器具，如：果汁機、冷卻機、咖啡機…等，用不同顏色的抹布區分運用之處，如：綠色為擦拭桌子之用途等…讓店舖保持最佳狀態，提供顧客一個安心舒適的用餐環境。

3. 發票與各種單據之使用

- (1) 初次使用之收銀機，應將產品編號輸入收銀機，開立收銀機發票時，再將產品編號、價格登入收銀機列印出發票。
- (2) 收銀機發票應依發票號碼依序開立，不可顛倒、跳開。
- (3) 收銀機上收執聯與存根聯同步操作，號碼須一致（即兩聯為同號）。

(4)每日營業結束時，列出當日營業日結單，並於統一發票明細表上登記當日開立發票起訖號碼及開立發票金額。

(5)作廢發票不可丟棄，最好與日結單釘在一起，並於統一發票明細表上登記當日誤開作廢發票號碼。

(6)每月最後一天營業終了結帳時列出當日結單後，再列出當月之營業月結單。

(7)收銀機故障時，改用手開二聯式發票，交付客戶。

四、顧客服務

當看到顧客進門或與顧客眼神交會時要面帶微笑的說您好歡迎光臨摩斯漢堡，然後詢問顧客需要什麼餐點，點完餐後再一次跟他確認所點的餐點後再結帳，先讓顧客把飲品拿上去，然後告知餐點會幫他送上去。面對外帶客人，看到未取餐的客人也要主動詢問，拿取餐點時覆誦人員不能面無表情要親切的和客人確認餐點，讓客人有賓至如歸的感覺，若有顧客抱怨之處剛好值班人員又不在場，可以請客人留下連絡電話以便與客人連絡，而對餐點不滿意則無條件更換。

(一)顧客入店之禮儀與態度

以和藹的笑容，有朝氣地打招呼『您好，歡迎光臨』保持微笑，接受顧客點餐。

(二)顧客詢問之處理

保持微笑，仔細明了的與顧客說明。

(三)顧客抱怨之處理

顧客是充滿期待而來的。顧客是因為對店有好感才會來店用餐。如果不小心發生了顧客抱怨，我們應始終保持微笑，用感激的言語、謙虛的接受，並仔細聆聽顧客抱怨原由，親切帶誠意的迅速處理。(如店內店長或值班主管在，就快速請他們來處理)，發自內心的向顧客道歉，記取抱怨事件並謝謝顧客的指教。

(四)顧客結帳之禮儀與態度

始終保持微笑，一一確認顧客所點的餐點無誤，看著顧客確認顧客的回笑，確認後，與顧客說明總共 00 元，收您 00 元，雙手接過顧客的金錢，找您 00 元，發票與零找金額一同拿給顧客，雙手拿起餐盤(內用)或號碼牌(外帶)，並露出最親切的笑容。顧客離店時，面帶笑容說著：「謝謝！歡迎再度光臨。」目視顧客離去。

(五)主動服務顧客之技巧

外帶的顧客：如有餐點需要等候，面帶微笑的和他說：「請您先至旁邊稍候，可以看看報章雜誌等，並向他說明還需等候幾分鐘…」或購買商品太多，可幫忙顧客拿至車上。內用的顧客：如顧客手上提了很多物品或身體行動不便者與小朋友，可協助顧客將餐點端至桌上。

(六)讓顧客留下好印象之技巧

眼睛注視著顧客、用笑容迎接顧客，用愉悅的聲音與顧客對話。當發現客人有疑問時，主動的詢問客人是否需要幫忙…等。

五、顧客購買忠誠度

漢堡不只要美味好吃也要講究健康、食材新鮮，漢堡現點現做，是店內的一大賣點，良好的服務態度、親切的笑容、店內的衛生程度、反應迅速動作敏捷，而且不定時推出限定新品、優惠方案，還推出客製化服務和電話訂餐來吸引顧客，另外還有接受顧客的投訴，以改善缺點並建立與顧客的良好關係。

(一)顧客購買忠誠度對企業的影響

產品有生命週期，「顧客」也有生命週期！顧客生命週期就是指店員與顧客之間的不同階段，具體來說，就是顧客從決定買、不

買、再買到不再買，中間所經過的種種過程，能夠用不同的行銷要素來真誠對待每位尊貴顧客，才能使企業成為最成功的企業。

(二)提高顧客購買忠誠度的方法

提高顧客購買忠誠度的方法，做顧客感謝的工作。

1. 提供別人無法模仿的美味
2. 提供發自內心的溫暖服務
3. 希望對顧客健康有所貢獻
4. 提供愉快輕鬆的用餐氣氛
5. 希望為地區居民貢獻心力
6. 在面對不同階段顧客用不同方式來提高顧客購買忠誠度。

(1)潛在顧客—指的是未成為顧客的人，卻具有潛在價值，因為他們可能會在未來成為顧客。因此建立產品知名度、或提供初次購買優惠，以吸引顧客初次消費。可運用媒體、病毒行銷，建立品牌形象。

(2)新顧客—指的是第一次購買公司的產品的人，正在觀察產品。這個階段的主要目標是，強化消費體驗，並且吸引顧客再次惠顧。常用的戰術有傑出的顧客服務，提供品牌與產品介紹資訊或是經營社群，強化品牌偏好。

(3)回流客—指第二次願意光顧的顧客，表示顧客對產品感到滿意，這時，顧客服務以及顧客能不能方便買到進階產品，是重要的因素。可透過顧客滿意度調查、交叉銷售與向上銷售，把顧客轉變為常客。

(4)主顧客—指經常會光顧的顧客，表示產品能夠持續滿足顧客的需求。到了這個階段，顧客獎勵辦法扮演了非常重要的角色，這時企業應該運用的戰術包括與顧客溝通，也就是要了解顧客的需求，並且有效運用顧客資訊。對於高價值的顧客，提供顧客忠誠辦法，維繫顧客的品牌忠誠度。

六、店鋪銷售作業流程

以客為尊，改善店鋪作業效率 摩斯漢堡透過 IT 縮短等餐時間。摩斯漢堡強調現點現做的特色，造成的後遺症就是，客人必須在現場久候，一般估計，從點餐完畢到取得餐點，平均約需等 7 分多鐘。摩斯漢堡為摩斯 (MOS) 卡會員推出 Kiosk 自助點餐系統，最快只需要 30 秒就能自助完成點餐動作。透過電話、網站訂餐提供多元點餐方式，改善內部系統來提高效率，讓客人預訂餐點、在指定時間到門市取餐，來減少顧客等候時間。

(一)銷售作業流程之規劃與執行

供給面與需求面兩者間之數量與時間的調合，以滿足需求。利用相關的分析模式來決定產品在市場中的定位。一旦決定好產品定位，接著要開始進行新產品的發展、測試與上市。而在上市之後新產品也必須依照不同的產品生命週期作階段性的修正與改變。在決定好銷售作業流程之後，將銷售策略轉變成為銷售方案。業者認為之產品品質、決定之產品訂價、預測之配銷成本、預測之促銷支出並下達店鋪。

下達店鋪說明銷售作業重點，收銀員接收到訂單後，由內部人員完成訂單所需商品，再由控制人員將商品包裝送達到消費者手中，並向消費者逐一每項商品核對，均無誤後即完成執行作業。

(二)銷售作業流程之控制

本階段必須將銷售流程與方案轉換成為實際行動的任務指派方針，並確定任務的指派可以達成計劃中的目標。並且需要在銷售作業執行時，透過不斷的回饋和控制程序，即年度計劃控制、獲利力控制、策略性控制以決定相對的矯正行動，以達成計劃工作績效的目標、有效衡量通路效益與獲利情況與調適銷售策略以因應環境的劇烈變。

(三)銷售作業流程之檢討與改善

銷售人員的工作表現評估是一項重要的工作，銷售部必須確保既定的工作計劃及銷售目標能夠完成，需要有系統地監督和評估計劃及目標的完成情況。對銷售人員的銷售業績的管理及評估必須定期的進行，對評估的事項必須訂立明確的準則，使銷售人員能夠有規律可循。而評估的結果，必須對銷售人員進行反饋，已使他們知道自己做的不夠的地方，從而對工作的缺點作出改善。工作評估最重要的不僅在於檢查銷售人員工作指標的完成情況和銷售業績，更重要的是要檢討銷售策略和計劃的成效，從中總結出成功或失敗的經驗。成功的經驗和事例應該向其他銷售人員進行推廣，找出的失敗原因也應該讓其他人作為借鑒。對銷售業績好的銷售人員應當給予適當獎勵，以促使他們更加努力地做好工作，對銷售業績差的銷售人員，應當向他們指出應該改善的地方，並限時予以改善。根據銷售人員的工作表現情況和業績評估的結果，銷售部需要對公司的市場營銷策略及銷售策略進行檢討，發現需要進行改善的地方，應該對原制定的策略和計劃進行修訂。與此同時，也應該對公司的銷售組織機構和銷售人員的培訓及督導安排進行檢討並加以改善，以提高銷售人員的工作水平，增強銷售工作的效率。

七、突發狀況之處理

狀況一：客人有點某項餐點，但是發票上沒 key 上去，導致少給客人一項餐點，後來補給客人，發票拿回來重 key，之後點餐的時候要仔細的一再確認客人的餐點都有 key 上去。

狀況二：因店內階梯的第一階跟第二階也有些距離上的落差，導致有些客人沒注意踩空跌倒飲料灑了一地，外場人員就要先詢問客人有沒有受傷，然後裝一杯新的飲料給他，之後就拿拖把把階梯整理乾淨，避免下一個客人滑倒，為了避免這樣的事情發生在店內的階梯有高低的地方，放置警示標誌。

(一)每日用心注意

1. 不要將現金或是貴重物品任意置放
2. 店鋪辦公室與倉庫的鑰匙應妥善保管
3. 要知道站內緊急電話一覽表的位置
4. 要知道緊急出口的位置和滅火器的使用方法
5. 要知道電源總開關、瓦斯總開關的位置及使用方法
6. 要知道離店最近的警察局和醫院的位置
7. 顧客抱怨時，一定要立刻報告值班主管，安照主管的指示處理

(特別是找錯錢時或是要求賠償時)

(二)意外事件發生時的處理

意外發生時，迅速、冷靜的回應是非常重要的

1. 事件：發生 → 發報 110 → 現場保存 → 連絡負責人
2. 火災：發現 → 通報 119 → 初期滅火 → 報告消防人員、確認有無遺漏者 → 連絡負責人
3. 地震：發生 → 關閉電源和瓦斯總開關 → 引導避難
→ 救出、救護 → 連絡負責人

八、店鋪工作管理

(一)各項標準作業流程

1. 食品衛生-提供給顧客安全衛生的產品是我們的責任。在律上對食品安與衛生也有嚴格的規定。為此不但店鋪要保持乾淨，個人的衛生管理也要非注意。預防食物中毒的三項原則-有關食物中毒。在食物的處理上最令人害怕的就是食物中毒。因為生活周遭充滿了細菌。我們必需很用心很注意的預防細菌染。

預防食物中毒的三項原則如下：

(1) 清潔-細菌就無法附著

- A. 勵行手部清潔，洗手一定要徹底
- B. 注意自己的身體健康和自身的清潔

- C. 常常使用酒精消毒
- D. 身才的處理方式是機器的清洗一定要徹底
- E. 站內外、倉庫、辦公室的整理整頓和清掃

(2) 迅速和冷卻-細菌就無法增生

- A. 徹底落實溫度管理
- B. 徹底執行先進先出原則
- C. 嚴守規定食材的保存期限
- D. 手部清潔後-戴上手套(廚房內操作人員)
- E. 手部清潔時機-以下情況一定要先徹底進行手部清潔
 - a. 進廚房工作前
 - b. 材料準備之前
 - c. 廚房的機器設備消毒前
 - d. 製作各種餐點前
 - e. 收付金錢之後，進行別項工作之前
 - f. 使用洗手間或清掃之後
 - g. 由他項工作回到原來的工作之前

※手部清潔-至少每一小時一次

2. 服裝儀容的確認-以端莊整齊的服裝儀容迎接顧客，是作為服務業從業人員最基本的要件。所以在 MOS 店內工作的每一位人員，一定要保持服裝儀容的整齊與乾淨。

服裝儀容的確認要點如下：

- (1) 要穿整齊乾淨的制服，每天清洗，每次洗完後要燙平整。
- (2) 頭髮的瀏海要塞進帽子或頭巾裡頭，頭巾要綁平整，整理整齊。
- (3) 長頭髮要以黑色、深色、深棕色的髮束綁起來。
- (4) 所有的裝飾回，包含戒指、頂鍊、耳環等一律禁止配戴。
- (5) 指甲要剪短，剪整齊，禁止擦指甲油。
- (6) 名牌要夾好，夾整齊，配戴於上衣或圍裙的左胸。
- (7) 圍裙要整齊乾淨，圍裙肩帶不可彎彎曲曲。
- (8) 進站或退店時，鞋子表面、側面、鞋底要擦乾淨，不可有髒污。
- (9) 襪子以黑色或白色為主，長度長於腳踝以上 5~10cm。
- (10) 褲子長度至腳踝，並將褲管縫好。

3. 客席檢查-客席是用餐的地方。想想看，當你坐進客席時，看到桌上有飲料的水漬水痕、紙屑、椅子凌亂，您的用餐情緒會不會受到影響。提供一個舒適乾淨的用餐環境是我們對顧客的承諾。

4. 三番檢查-有人過『一看廁所就知道這家店如何』。就是因為廁所是最容易髒的地方，所以更要隨時保持乾淨，加強維護。特別是客人最多的時段，檢查廁所的次數更要增加。

※做三番檢查時應注意以下兩點：

(1)為避免圍裙和工作帽在清理廁所時弄髒，打掃廁所前需將圍裙和工作帽脫掉

(2)結束時，徹底清潔手部後才可入店

5. 店頭檢查-店頭檢查，是為了讓來店的顧客感覺舒服，要將店頭打掃得很乾淨，花草樹木整理好，看起來賞心悅目。摩斯漢堡的想法，是希望能和顧客或是住在附近的居民，成為很好的朋友。

6. 溫度檢查-廚房是非常高溫的地方，也是料理食物的場所，溫度若是異常易造成細菌滋生，材料也容易變質。

(二)店鋪工作管理規則介紹

流程：入店 → 洗手 → 自我介紹 → 店內環境介紹 → 退店

1. 入店

(1) 更換制服，自我服裝儀容檢查（並給值班人員檢查，通過才可上班）

(2) 背誦基本方針與我們的服務信念，如下為基本方針：（我們店裡的每一個人，心中充滿善意，待人接物皆以親切、和藹明快、爽朗的態度和敏捷的行動，共同創造清潔又極富人情味的站，並努力讓顧客感到「心情愉快」和「溫暖友善」。）

(3) 入店招呼用語（「大家好！今天一天請大家多多指教」。）

(4) 上班登錄（至收銀機輸入員工編號，完成上班打卡記錄）

(5) 手部清潔(手部清潔殺菌)

(6) 店鋪檢查

（酒精、客席、三番 check，check 完成後也要做手部清潔）

(7) 遵照值班主管指示

2. 自我介紹

新進人員當遇到每位同仁夥伴，完成溝通的第一步就是自我介紹，讓大家認識你，讓同仁對你留下印象。

3. 店內環境介紹

新進人員第一天入店時，店長會指派一名正值人員詳細的為他們介紹店內環境，好讓新進人員迅速的熟悉環境。

4. 退店

(1) 下班的招呼用語

（對不起！我先告辭了，今天一天謝謝大家的幫忙。）

- (2) 下班登錄（至收銀機入員工編號，完成下班打卡記錄）
- (3) 確認下次上班的時間
- (4) 更換制服
- (5) 下班

第四章 實習心得與未來建議

第一節 實習心得

一、對企業（或公司）的看法與初步看法的比較

在還未到摩斯漢堡實習時，我對他的印象是速食業中價位較高的、品質較好的、服務較好的一間連鎖店，進到店裡會讓人感覺很溫暖，自然而然的會想安靜下來讀本書、很舒服的感覺。

而到了摩斯實習後才發現，美味可口的食物原來是這樣來的，店員們要具備迅速敏捷的行動，在最快的時間製作到送餐給客人，一點也不像外表看起來的優閒，到了這裡實習，才讓我知道速食業辛苦！

二、實習後與實習前的期望比較

在實習前我也有一份工作，但因為想試試看新環境，所以選擇了系上的媒合，當時的我認為我一定可以把這份工作做好的，信心滿滿的展開新生活。

不如預想，工作非常勞累，錢少事多責任重，讓我感到非常疲倦，儘管如此，我還是在這裡學到許多東西。

現在我只希望實習快點結束，可以好好休息一番！

三、實習最大的收穫

我最大的收穫就是認識了許多同事，因為他們讓我的實習路上有許多歡笑，就算很辛苦，大家一起做、一起累，卻讓我們的心緊緊靠在一起！

雖然在這過程很辛苦，但也的確讓我體驗了餐飲速食業的其中奧秘。

四、實習最難忘的事

記得剛實習的時候，那時還是暑假，很多工讀生也不用上課，我們一起上完班大概都凌晨一點了，直接殺去夜唱，雖然很累但玩的好HIGH，那時還是新人的我覺得很開心可以在短短時間內拉近大家的距離，而那時因為還沒學這麼多東西所以壓力也沒這麼大，所以覺得很開心！

第二節 未來建議

一、對實習公司的建議

對店鋪可以再更有制度一點，而不是全部丟給店長一個人，例如：DM 可以統一製作影印再分發給各店，一來可以省下許多人力、也可以節省成本，各店自己印的成本其實會比統一影印還高，諸如此類…。

二、對系上及實習制度的建議

建議簽約時間可縮短或不一定強制須同一家廠商，因為 5 月份已即將畢業，要將心思放在未來出社會的工作，才不會措手不及，而各家廠商各店長，未必像學校老師如此親切關心我們，各式各樣的人都有，若受盡了委屈還要為了學分撐下去，有時候或許不是我們的錯，所以或許可以有個配套措施，換廠商會扣分但主要時數夠就可以等等…。

再來就是感謝系上所有老師及學長姐，因為他們之前的努力，讓我們可以順利的各個廠商實習。

三、對學弟妹的建議

實習前一定要先打聽好各廠商的特性，也可以跟學長姐詢問，確定自己可以負荷，再進行頭地的動作。

第三節 我的未來計畫

實習結束後我會先休息一陣子，到處走走紓解一下身心，畢業前就開始找工作為之後出社會鋪路！

參考文獻

1. 摩斯漢堡官方網站 <http://www.mos.com.tw/>
2. 維基百科-摩斯漢堡
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E6%91%A9%E6%96%AF%E6%BC%A2%E5%A0%A1>
3. 修平科技大學-行銷與流通管理系 三明治校外實習專題 林姝君(97 年度)
4. 修平科技大學-行銷與流通管理系 三明治校外實習專題 陳瑋琪(96 年度)