

投稿類別：家事類

篇名：

探討消費者對不同咖啡連鎖店消費與喜好之研究

作者：張瑋芬。私立育達高中。高三 33 班  
陳如娟。私立育達高中。高三 33 班

指導老師：  
蔡語慧老師

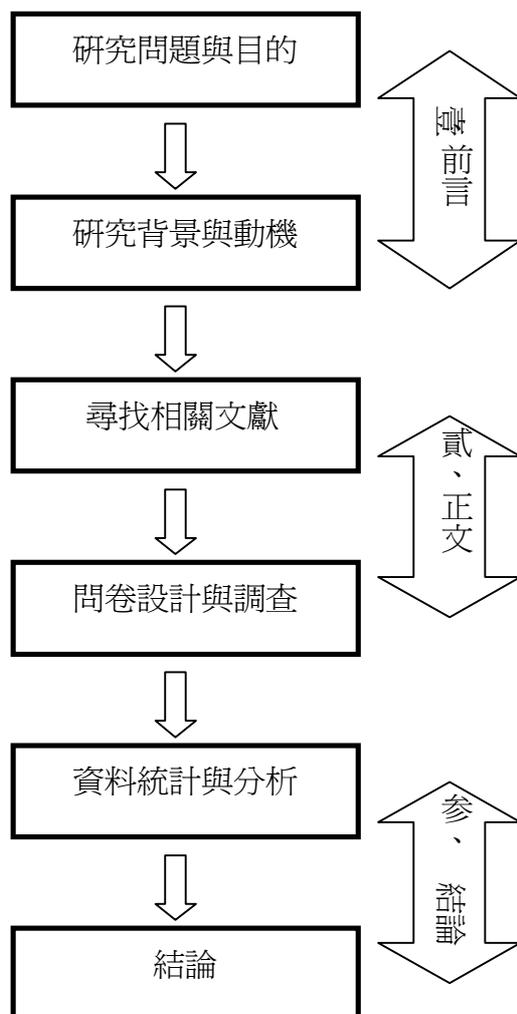
壹●前言

一、研究背景與動機

『詩人巴爾札克說：「我不在家就在咖啡館，我不在咖啡館就在去咖啡館的路上。」』(註一)咖啡是全世界都所皆知的飲品，也漸漸成爲我們人們生活的一部份，甚至變成是一種享受，在市面上買咖啡是唾手可得如此容易的一件事，咖啡如此的受歡迎，甚至能熱銷，例如：台灣的85度C在美國首創分店，消費者可以因爲一杯咖啡願意排隊等上1個小時半，因此本研究想了解顧客們對咖啡的喜好與需求及對咖啡的選擇和喜好。

二、研究目的與流程

- (一) 調查消費者喝咖啡的原因
- (二) 調查消費者最喜愛的咖啡店
- (三) 了解消費者最常去消費的原因
- (四) 探討消費者最常購買與最喜愛販賣咖啡地點的差異比較



貳●正文

一、文獻探討

(一) 咖啡的起源

『咖啡Coffee 這個詞，就是來源於阿拉伯語Qahwa，意思是「植物飲料」，後來傳到土耳其，變為Kahve，成為歐洲語言中這個詞的來源。』（註二）。「有一位牧羊的人，某日帶羊群上山餵食，山群卻興奮的像在跳舞，晚上睡不著，之後發現山羊是吃了一種低木的紅色果實，始精神百倍，這就是咖啡豆」（註三）。

(二) 咖啡店的定義

運用咖啡沖泡機具製作咖啡飲品為主、兼售其他餐飲或糕點，並提供空間場所及桌邊服務或櫃檯式服務之專賣店（註四）。咖啡店具有大眾化口味、快速服務、簡單烹調與合理經營的消費特性，並將咖啡店列為商業行業中的餐廳類別（註五）。綜合兩位學者看法，一般除了店面式的咖啡店外，目前市場上多出強調快速便利性的咖啡販賣方式，如：7-ELEVEN(CITY CAFÉ)、全家(伯朗咖啡)、麥當勞(McCafe)。

(三) 咖啡館的特色

本研究整理上網查詢各咖啡店官方網站及奇摩知識家，整理各家咖啡館的特色如表一。

表一 各家咖啡館的特色

咖啡店	特 色
星巴克	裝潢充滿溫馨,有柔和的燈光,帶有暖意的木質地板,家具以及播放慵懶的沙發音樂飲料部分,價錢真的很貴,除他們服務態度佳及一種對工作莫名的熱忱. 星巴克為美商公司，制度完善，經營的門市也多，主要提供咖啡及一些簡單的點心，還有相關產品的販賣。也時常有優惠活動及新產品的研發。
85°C	85 度 C 的咖啡主要是使用瓜地馬拉的安堤瓜火山咖啡。主要特色是種植於瓜地馬拉的安堤瓜高山區，當地的活火山所噴出的火山灰除了使該地區的土壤肥沃外，同時也是增加咖啡豆風韻的助力之一。 經營部分為因應都會人口的新生活型態，他們首創 24 小時的咖啡、蛋糕專賣另外，全天候二十四小時提供三明治選擇，讓消費者更能感受到 85 度 C 的貼心與服務。85 度 C 則採平價單位。
丹堤咖啡館	1993 年 11 月 12 日，丹堤咖啡在台北市南京東路上成立第一家店。因為有了 Dante Coffee，您隨時隨地都能享受到一杯好咖啡、精緻的餐點、浪漫動人的音樂、和一個舒適、自由、無壓力的空間。丹堤咖啡的出現，也引領了一股自 1993 年至今仍持續不退的平價咖啡風潮。店內的設計以『後現代』風格搭配鮮明色彩，加上四周隨時環繞著浪漫的爵士樂聲，在丹堤咖啡，處處充滿了精緻的生活體驗。有早餐、下午茶，各式組合餐點。並不只以咖啡為主，也很注重餐飲的搭配。

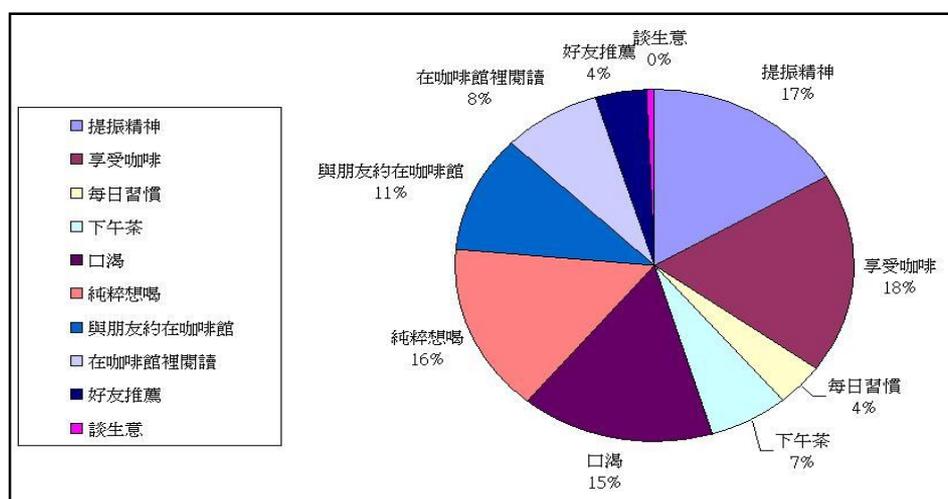
## 探討消費者對不同咖啡連鎖店消費與喜好之研究

壹咖啡	<p>壹咖啡源起於一間小型的 COFFEE SHOP，老闆夫婦皆是咖啡老饕，經常從南到北四處吃喝比較而為了推廣好咖啡且要讓大家都喝得到，靠著手中僅有的積蓄，孤注一擲在這黑色液體的魔力中，誕生了平價又好喝的壹咖啡。</p> <p>裝潢極簡，以外帶為主，走低價路線，價格低。壹咖啡開創了新的咖啡文化。但其低價的訴求，及刻意提供陽春的服務，也限制了其發展。</p>
伯朗咖啡	<p>成立於 1998 年 12 月，是金車公司秉持著二十年的咖啡製作經驗與品牌信譽，跨足餐飲服務業的首度嘗試，伯朗咖啡館只使用精選的 Arabica 豆，堅持每週適量烘焙新鮮咖啡豆。從創始店開始，伯朗咖啡館以「提供客戶好咖啡，創造本土咖啡文化」為企業目標，並以高品質咖啡的市場定位，歐洲風味的美術裝潢基調，開創出屬於自己的風格。伯朗咖啡館專注於服務、環境、產品的完美呈現，消費者不管到哪間伯朗咖啡館，都可以享受到新鮮烘焙的咖啡，聽著舒適的音樂，再喝杯醇香的伯朗咖啡，絕對是放鬆心靈的最佳選擇。</p>
西雅圖極品咖啡	<p>西雅圖極品咖啡是國內第一個以重烘焙起家的咖啡連鎖店，濃縮咖啡飲料專用豆，絕不假手他人或由國外烘焙，全由自己的專業師傅親手操爐，確保咖啡豆最重要的新鮮度。台灣創立自有品牌、以在地新鮮烘焙、重烘焙咖啡口味聞名、並搭配健康輕食、糕點、新鮮無負擔。西雅圖極品咖啡是國內第一個以重烘焙起家的直營咖啡連鎖店，特色是他們的濃縮咖啡飲料專用豆。</p>
真鍋咖啡館	<p>提供早餐等各式餐點，口味偏重日式。還有咖啡豆、骨瓷禮盒等相關產品。講求高品質及明亮舒適的環境。營業時間為早上 7 點至晚上 12 點，24 小時營業的店則會標示在各店咖啡館外。</p>

## 二、研究結果與分析

本研究在中壢、桃園火車站，及附近星巴克、丹堤咖啡館發放100份問卷，實得有效問卷80份。此部份將針對消費者選擇喝咖啡的原因、消費者對咖啡店喜愛程度、消費者常去的咖啡店、消費者喜愛咖啡店家與常去咖啡店家的差異，並進一步進行差異性說明。

### (一)消費者選擇喝咖啡的原因

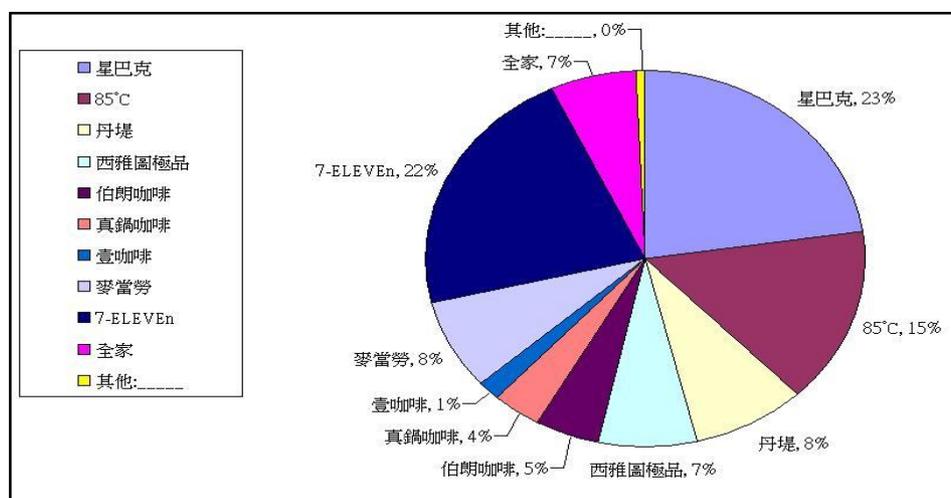


圖一 消費者選擇喝咖啡的原因

### 探討消費者對不同咖啡連鎖店消費與喜好之研究

由圖一數據顯示，可以發現消費者喝咖啡的原因是「享受咖啡」居多佔 18%，我們可以發現生活品質的提升讓消費者把喝咖啡當作是一種享受；再者，也因目前工作型態壓力較大工作時數長，不少消費者藉由喝咖啡來「提振精神」，佔 17%；另有 16%的消費者就是「單純想喝」咖啡。

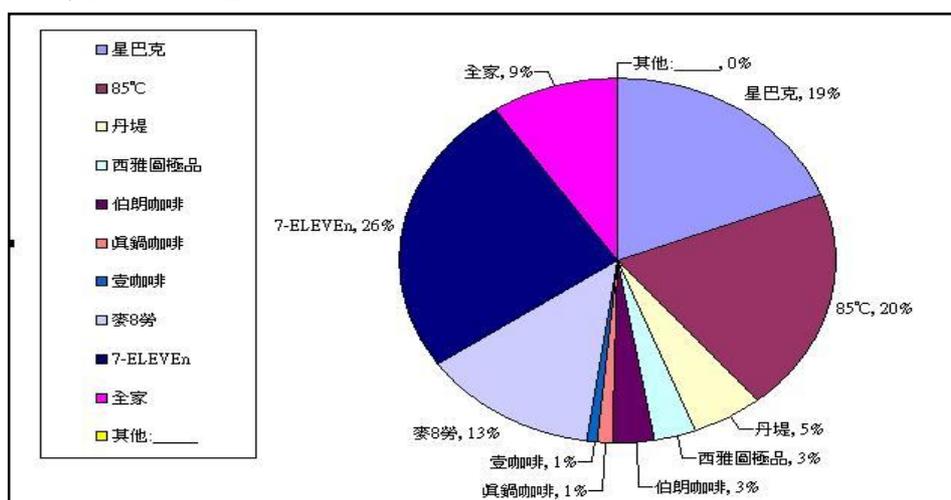
#### (二)消費者對咖啡店喜愛程度



圖二 消費者對咖啡店喜愛程度

由圖二數據顯示，消費者最喜愛咖啡店為「星巴克」佔 23%，主要原因為星巴克的環境優良；其次為「7-ELEVEN」佔 22%，主要原因是便利；「85 度 C」也佔 15%，主要是環境及餐點適合下享受午茶。

#### (三)消費者常去的咖啡店

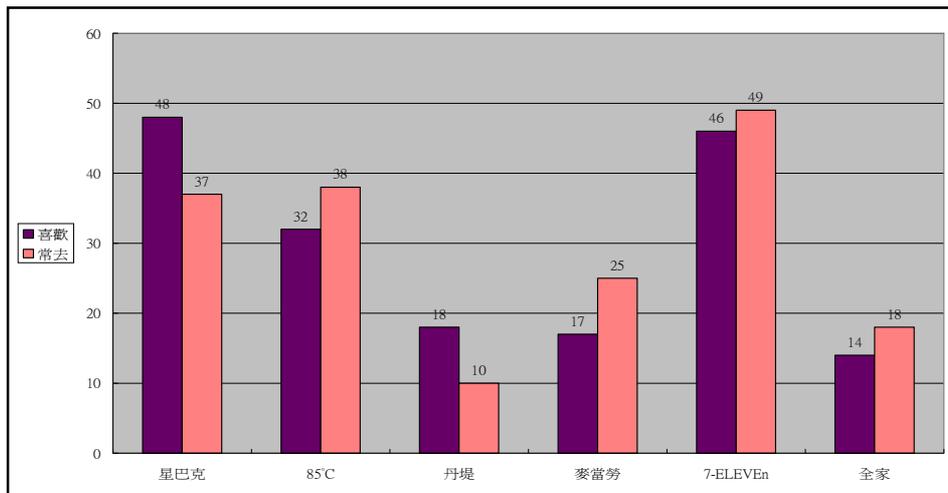


圖三 消費者對咖啡店喜愛程度

由圖三分析顯示，「7-ELEVEN」是消費者經常去買咖啡的地點佔 26%，由於 7-ELEVEN 是 24 小時連鎖店既方便又能隨時隨地購買咖啡，其次是「85 度 C」的咖啡佔 20%且蛋糕價格平價吸引消費者到 85 度 C 享受下午茶，另外「星巴克」則是服務與環境優良，使

探討消費者對不同咖啡連鎖店消費與喜好之研究  
 得消費者經常上門消費佔 29%。

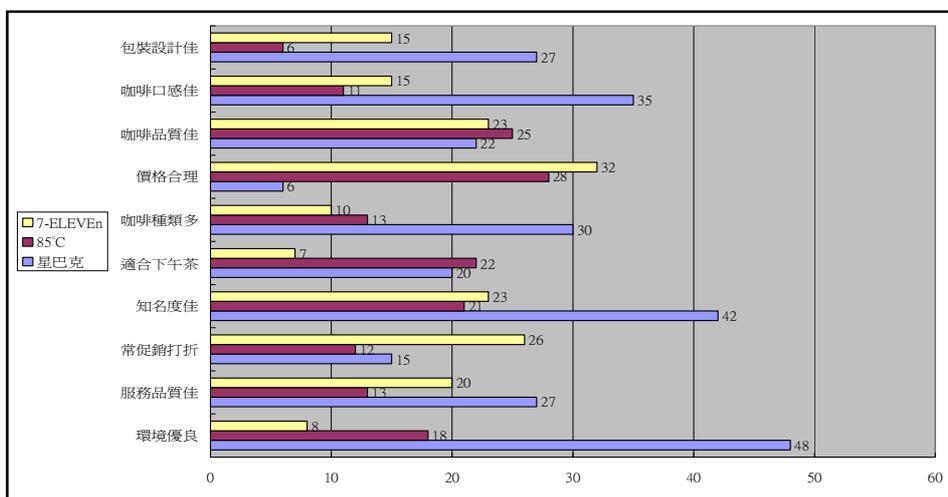
#### (四)消費者喜愛與常去的差異



圖四 消費者喜愛與常去的差異

由圖四分析顯示，「星巴克」環境優良服務良好受眾人喜愛但因為價格較高、分布地點不多故不常去，造成差異最多佔 9 人次；「7-ELEVEN」購買咖啡方便、24 小時營業、分布地點多因此較多人常去，差異最小佔 3 人次。

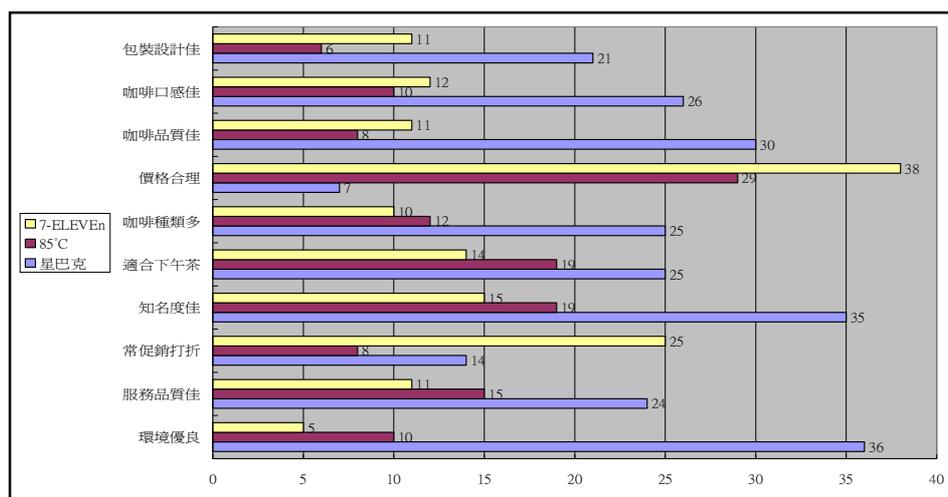
#### (五)消費者喜愛原因



圖五 消費者喜愛原因

由圖五分析顯示，消費者喜愛排名第一的「星巴克」環境優良佔 43 人次，咖啡及服務品質佳也受消費者喜愛，「85 度 C」的咖啡品質佳佔 25 人次，咖啡搭配糕點非常適合下午茶與「7-ELEVEN」便利都是消費者喜愛的原因。

## 6.消費者常去原因



圖六 消費者常去原因

由圖六分析顯示，消費者常去「7-ELEVEN」佔 33 人次，大多是認為價格合理、便利吸引消費者購買；而「星巴克」則是知名度佳佔 35 人次、環境優良佔 36 人次、服務品質佳佔 24 人次，讓消費者喜愛上門消費；「85 度 C」則是蛋糕種類多，所以許多消費者認為 85 度 C 咖啡館適合下午茶，享受甜點咖啡。

### 參●結論

#### 一、消費者喜愛喝咖啡的主要原因是「享受喝咖啡」、「提振精神」及「純粹想喝咖啡」

消費者喝咖啡的主要原因以享受咖啡居多，其次是提振精神，總而言之在現今的環境中，消費者喜歡享受咖啡，而且購買要求是方便價格合理且品質好，具有這幾項特色的咖啡館才能抓住消費者的購買意願，藉由本次研究發現，喝咖啡的消費者年齡層有下降的趨勢，其中以學生、製造業與服務業之人士喝咖啡佔居多，本研究問卷結果顯示，咖啡品質、價格與方便性都會影響消費者的選擇。

#### 二、消費者最喜愛的店家是「星巴克」、「7-ELEVEN」及「85 度 C」

消費者喜愛的原因星巴克是優良環境優良、知名度佳、服務品質佳、咖啡種類多、咖啡口感佳、所以吸引消費者到星巴克咖啡館消費，7-ELEVEN 的咖啡購買方便、價格合理擁有更多的咖啡購買者，且年齡有下降的趨勢，一般的學生都能享有喝咖啡的享受。85 度 C 價格合理、還有蛋糕的種類多適合下午茶，受到消費者的歡迎，也吸引不少消費者購買糕點搭配咖啡。

#### 三、消費者最常去的店家是「7-ELEVEN」、「85 度 C」及「星巴克」

消費者常去 7-ELEVEN 的原因是常促銷打折及價格合理，而且 7-ELEVEN 是 24 小時營業，隨時隨地都可以輕鬆買到 7-ELEVEN 的咖啡，因為購買方便吸引許多高中職學生，消費者會選擇離家近的 7-ELEVEN 購買咖啡，而不會去較偏遠的咖啡店；消費者常去 85 度 C 原因是有點心搭配咖啡，雖然 85 度 C 的環境沒有星巴克佳是比起 7-ELEVEN 有坐位且價格合理；星巴

## 探討消費者對不同咖啡連鎖店消費與喜好之研究

克則是以環境優良、服務品質佳、包裝設計(星巴克隨行環保杯)吸引很多消費者購買，且因為環保衛生又有折扣優惠吸引消費者購買使用。

四、消費者喜愛與常去之間的差異最大的是「星巴克」，差異最小的是「7-ELEVEN」

7-ELEVEN 是消費者喜愛與常去差距最小的咖啡館，是因為 7-ELEVEN 價格合理加上 24 小時全年無休，在全國各縣市總開的連鎖店共有 4729 店家(註六)，讓現在的上班族及喜愛喝咖啡的消費者能夠輕輕鬆鬆又省錢的享受一杯咖啡。星巴克雖然是消費者最喜愛的排名第一，但是由於咖啡價格高，消費者不一定常常去消費，但是消費者依然喜愛星巴克的務品質、咖啡的品質加上優美舒適的環境。

### 肆●引註資料

註一、王松谷(2001)。喜歡喝咖啡。台北市：膳書房文化。頁 3。

註二、維基百科。2010 年 10 月 30 日，取自

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%92%96%E5%95%A1#.E5.92.96.E5.95.A1.E7.9A.84.E6.AD.B7.E5.8F.B2>

註三、咖啡的起源。奇摩知識家。2010年10月27日，取自：

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1205073112077>。

註四：林良振(1999)。咖啡使用度及產品涉入程度對咖啡店知覺的影響—以台北市連鎖咖啡店為例。長庚大學管理學研究所企管組碩士論文。

註五：蔡界勝(1996)。餐飲管理與經營。台北：五南。

註六、7-ELEVEN便利商店官方網站。2010年11月12日。取自：

<http://www.7-11.com.tw/Franchise/index.asp>。