

修平科技大學應用財務金系

應用財務金融系

實務專題期末報告

## 金色三麥主題餐廳之個案研究

指導教授: 蔣寬和 老師

組員名單: BL102010 楊欣瑜

BL102031 邵煜倫

BL102044 李江世民

BL102502 沈怡蓁

中華民國 106 年 5 月

修平科技大學  
應用財務金融系  
實務專題報告審定書

本系四技部

組長:學號 BL102010 姓名楊欣瑜

組員:學號 BL102031 姓名邵煜倫

學號 BL102044 姓名李江世民

學號 BL102502 姓名沈怡蓁

所提報告 金色三麥主題餐廳之個案研究

經本委員會評審通過。

口試委員: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

指導老師: \_\_\_\_\_

中華民國 106 年 05 月 22 日

## 摘要

台灣金色三麥之所以能成功在臺灣立足，是因為以下幾項優勢：分享歡樂、食物方面的堅持、品質一致性。金色三麥成立的初衷其實很單純，就是「分享」。創辦人葉榮發先生就是希望以「分享」的心態邀請所有朋友一起共享美味。來到店裡可以自在放鬆不受拘束，金色三麥服務精神秉持著「主人心態」，服務人員就如同家裡的主人般，把每一位客人都當成是自己家裡的貴賓、親友，用無比的熱情招待，讓每一位貴賓都擁有難忘而美好的用餐經驗。店內食材堅持提供高品質以滿足顧客的味蕾，並不惜成本以昂貴的天然調味料取代一般餐廳使用的味精，讓顧客們都能吃得美味、吃出健康。如能維持或達到更高的標準，並且實施強化應徵者篩選制度、調整薪資差異、提高自身競爭力、設立啤酒觀光工廠以及拓展門市降低成本，必定可以為臺灣金色三麥在未來創造出更可觀的收入，甚至可以達到未來上市上櫃之願景。

# 目錄

摘要.....	i
目錄.....	ii
表目錄.....	iii
圖目錄.....	iv
<b>第壹章前言</b> .....	<b>1</b>
第一節 研究動機與目的.....	1
第二節 研究方法與限制.....	2
第三節 研究流程圖.....	3
<b>第貳章文獻探討</b> .....	<b>4</b>
第一節 金色三麥的歷史沿革.....	4
第二節 經營理念.....	9
<b>第三章資料蒐集方法與分析</b> .....	<b>17</b>
第一節 研究架構.....	17
第二節 問卷設計.....	18
第三節 分析方法.....	21
<b>第四章研究結果與分析</b> .....	<b>23</b>
第一節 金色三麥餐廳之顧客樣本結構性分析.....	23
第二節 金色三麥餐廳之消費者滿意度結合相關分析.....	26
<b>第五章 結論與建議</b> .....	<b>30</b>
第一節 研究結論.....	30
第二節 研究建議.....	30
第三節 後續研究之建議.....	30
<b>參考文獻</b> .....	<b>31</b>
專題論文.....	31
網頁資料.....	31
<b>附錄</b> .....	<b>32</b>

## 表目錄

表一 金色三麥 菜單(部分).....	12
表二 SWOT 分析.....	14
表三 研究資料.....	19
表四 研究資料.....	19
表五 研究資料.....	20
表六 研究資料.....	20
表七 消費者品質感受之分析.....	23

## 圖目錄

圖 1 研究流程圖 .....	3
圖 2 金色三麥超值大拼盤 .....	12
圖 3 極鮮和風紅鮭魚 .....	12
圖 4 奶油雙菇燻雞肉 .....	12
圖 5 五力分析 .....	16
圖 6 顧客滿意度分析 .....	17

## 第壹章前言

本章分三節討論，第一節說明研究動機與目的，第二節提出本專題之研究方法與限制，第三節繪出本專題之研究流程圖。

### 第一節研究動機與目的

現代人越來越會享受生活，對於餐點品質及特色要求也越來越高，針對美式的料理也抱有著嘗鮮的心態，家庭聚會，好友聚餐，公司應酬總想著大口吃肉大口喝酒的歡樂氛圍，所以在此我們就以金色三麥現釀啤酒餐廳這個較有特色的美式餐廳來做介紹，金色三麥餐廳的美食，承續著對食物製作的精細手工藝及食材挑選的高標準要求，金色三麥的啤酒特色使用 100%麥芽釀造，含有天然活菌酵母、營養豐富，將公司的經營方針定在「專業技術·實務經驗·永續經營」讓更多的消費者體驗美好的啤酒餐飲文化。（瞭解本餐廳之經營特性屬於本組專題之主要動機）

### 本章研究目的

- （一）了解金色三麥之經營理念。
- （二）透過 SWOT 分析、4P 分析以及五力分析，探究金色三麥經營方式與行銷手法。

(三) 探討消費者對金色三麥的消費行為及顧客滿意度。

## 第二節 研究方法與限制

一、本組將使用之研究方法如下：

### (一) 文獻探討法

所謂「文獻探討法」，即為蒐集已公開發表之相關文獻，將其加以引述比較，藉由文獻分析統整出前人之研究心得與成果。本組將以此做為報告的研究根基。

### (二) 問卷調查法

「問卷調查法」是運用問卷調查來收集樣本資料，並藉由簡易統計分析，整理各種資料數據，以得推論。本組將使用問卷調查法，分析消費者對金色三麥之顧客滿意度。(使用套裝軟體統計分析方法)

## 二、研究範圍與限制

由於本組人物力及時間有限，本問卷僅在金色三麥台中勤美店作分析發放，以該區消費者作為調查對象。(使用套裝軟體統計分析方法)

### 第三節 研究流程圖



圖一 研究流程圖

## 第貳章 文獻探討

本章分二節討論，第一節說明金色三麥的歷史沿革和金色三麥的特性，第二節提出本專題之經營理念和研究金色三麥餐廳各項分析。

### 第一節 金色三麥的歷史沿革

以下關於金色三麥之沿革

#### 一、起源

- 「金色三麥」品牌創立於 2004 年，是台灣最早的民營啤酒。如今，金色三麥已經是台灣重要的啤酒品牌，並於 2009 年日本國際啤酒大賽脫穎而出，站上國際舞台。截至 2014 年底，「金色三麥」在台灣已經開設十家直營啤酒餐廳。
- 由於全系列啤酒產品採用 100% 全麥釀造，包括大麥、小麥與黑麥，不添加其他穀物，品牌因此取名為「金色三麥」，商標設計裡的法語「Le Blé d'Or」即為「黃金麥芽」之意。與一般市售瓶裝啤酒不同的是，「金色三麥」不經過濾與殺菌處理，屬於「原漿純鮮啤酒」(natural craft-beer)，風味濃郁純正，屬於德式風味。

#### 二、美式主題餐廳的特性

美國文化在台灣是較早且較為流行的西方文化，其飲食在台灣也較為大家熟悉，比一般大眾餐廳來說，主題餐廳的優勢在於強調差異—標準化基礎上的差異化，即餐廳在激烈的競爭中，透過塑造一種與眾不同的形象，使自己的產品與服務區別於競爭對手，甚至優於競爭對手，進而使顧客偏愛自己的產品與服務。這種差異，就餐廳而言，應是全面的，不僅包括菜餚糕點、桌椅餐盤等有形的差異，還包括微笑服務、個別關照等無形的差異，不僅包括設施設備的多寡、優劣、新舊等物質屬性上的差異，還包括廣告宣傳、營銷策劃等銷售環境上的差異。因此，對於主題餐廳而言，經營的著眼點應放在標準化之上的差異化，應努力尋求各種不同的差異—即主題。在餐飲市場跨入買方市場的今天，差異化是餐廳營銷人員手中的武器。差異的優勢越明顯，該餐廳在競爭中的優勢就更多，成功

的機會也就越大。當然，對於任何一家餐廳而言，可供選擇的主題是非常豐富多彩的，如地域上的差異、歷史上的差異、文化上的差異等。但是餐廳在確立主題時，應始終站在顧客的立場上考慮問題，做顧客的「同盟軍」，而不是站在他們的對立面，必須從顧客的立場出發，要調查分析顧客的所有需求，包括細微的需求，從而確定主題，主題餐廳的本質就是差異，餐廳所選定的主題切忌重複和盲目跟隨潮流，否則容易使「特色」走向反面，變成沒有特色。現實市場上一波又一波的「跟風式經營」，使得一個又一個的模仿者成為市場的「淘汰者」。因此，餐廳要善於正確分析自身的優勢和劣勢，發揮餐廳各種資源的綜合優勢，揚長避短，形成其他餐廳一時難以模仿的主題，使餐廳的主題具有較長時期的穩定性，從而逐步形成壟斷優勢。為實現這一目標，餐廳要進行市場細分。在市場細分時，餐廳不要貪大求全，因為千奇百怪的消費需求需要由各具特色的餐廳一一來滿足。市場定位越大，越難以形成主題，就越難有穩定和固定的客源群體（特大規模的餐廳除外）。餐廳要認識到市場這塊「蛋糕」是不可能被某家餐廳獨吞的，要明確自己分到哪一塊，並保證這一塊「蛋糕」能拿到手、拿穩。大凡成功的主題餐廳一般都「心平氣和」它們只經營一種風味，只突出一種特色，譬如美國的Friday's 餐廳做的是美國的食品，而好萊塢重現的是默片時代的風格 Beardsworth 與 Bryman (1999)，兩位在社會學界中少數以主題餐廳為研究主題的學者，從學術的角度來為主題餐廳下一個定義：主題餐廳是指一個採用各種無關吃喝活動的符號綜合體來裝飾他自己的用餐場所；而在眾多琳瑯滿目重視裝潢與氣氛的餐廳中，如何認定一家餐廳是主題餐廳？大致上整理出以下幾個重要的特點：

- (一) 主題餐廳具有系統性的概念或是整體性的描述，而此描述或概念往往來自於社會中大家所熟知的文化資源
- (二) 外部及內部必須是感官上看得見、摸得到、聽得見的。包括：店名、裝潢、裝飾品、音樂、菜單的設計、特別的服裝等。
- (三) 「吃」並不是主題餐廳的關鍵特性。雖然消費者主要還是以吃為主，但是他們更注重的是這家餐廳的主題與氣氛。
- (四) 菜單通常是經過設計，且有助於有效率的生產與呈現。但是主題不需要與菜單裡的菜色有關；主要是與這家餐廳的特色有所關聯。
- (五) 通常這些主題餐廳會聚集在人口中心或交通便利的地方，一般來說在主題的文化通常是大眾且受消費者歡迎的。

根據上述定義與特性，主題餐廳除了知名的連鎖主題餐廳，如：便所、Planet

Hollywood、T.G.I Friday's、Subway 等等外，其他獨立品牌、僅設一家的主題餐廳，例如：Hello Kitty Sweet 主題式餐廳，各種概念幾乎都可以成為一餐廳的主題。所以研究上，就採用 Beardsworth 與 Byman (1999)根據主題餐廳的主題，將主題餐廳分為四種類型：

### (一) 聚寶盆式的主題

此類型的主題餐廳裡，通常佈置了許多與主題相關的紀念品或在主題概念之下值得紀念的英雄人物的肖像以及他們使用過的物品，還有許多重要事件的攝影紀錄。這些珍貴的事物在主題之下集合起來，將主題餐廳點綴的有如聖殿一般；對於主題有興趣的顧客來到這裡，一種朝聖的心情油然而生，使對此主題有興趣的消費者前來消費。

### (二) 模仿式的主題

此類型的主題餐廳的氣氛通常是透過利用各種模擬真實的人工製品或裝潢手段來創造出一個奇妙的環境；主題通常是具有歷史感或是注重異國情調的。相對於聚寶盆式的主題餐廳是讓影迷們朝聖的地方，模仿式的主題餐廳則引領顧客主動參與，而成為他們奇幻環境中的一份子。

### (三) 族群式的主題

此類型的餐廳通常能以象徵族群特徵的名稱來命名。其內外部用各種族群的藝術品、裝飾品以及各種象徵族群的符號來裝潢，裡面人員的服飾以及撥放的音樂也通常具有族群的特色；這一切都是為了呈現出一種能為顧客所辨別的族群文化風格。相較於其他類型的主題餐廳，族群主題餐廳所提供的餐飲通常與其主題(族群的文化)較有關聯。儘管如此，族群主題餐廳並不見得全然提供原本族群的飲食內容，他們會根據餐廳所在地的原料提供條件以及顧客的飲食習慣作一些調整。當族群的文化資源在餐廳裡被運用為一種主題化的手段時，關於族群事物真實性的問題往往都從屬於顧客對於娛樂和味覺上的需求。

### (四) 反身式的主題

在討論美國主題化的書本裡，將麥當勞、肯德基、漢堡王等速食店視為主題餐廳。之所以稱之為反身的主題，是因為這些跨國連鎖速食店的店名本身就具有主題的效果形成「主題就是招牌，而招牌本身就是主題。」

## 第二節 經營理念

有關金色三麥經營理念說明如下：

### 一、精神態度

努力方向是使全台灣的酒客可以喝到最新鮮、可口的鮮釀啤酒。

金色三麥啤酒的特色，首先在於使用 100%麥芽釀造，由於不經過濾及熱殺菌，亦不添加防腐劑，因此，可以稱為「現釀全麥啤酒」或者「純鮮啤酒」。這樣的啤酒不但風味濃郁鮮美，而且含有天然活菌酵母，營養豐富，適量飲用對人體非常有益。此外，餐廳亦提供極具特色的餐點，各式適合搭配啤酒的料理，應有盡有。所有餐點皆不添加味精及任何人工調味料，堅持使用高品質的天然植物性調味料，把最好、最健康的食材與客人分享。

「金色三麥」的重要經營理念之一，是將精緻的啤酒文化帶進華人地區，透過推廣酒類知識與提倡健康的飲酒觀念，讓啤酒餐飲文化水平再提升。金色三麥將秉持一貫的精神，朝這個方向繼續努力。

**(一) EGET 的意義** 根據前面章節介紹金色三賣歷史與願景時，我們知道 EGET

是這間公司最重要的精神態度，所以我們特別針對 EGET 去做更詳細的研究。EGET 的意義

### 對於我們的客人 Our Guests

我們是在工作中建立起經驗的，更清楚了解我們的成功是靠著時間及每次經驗的累積建立而成的。我們提供的環境、產品、訓練和工具，讓每一個客人每一次來到我們的餐廳都能享受超乎期待的用餐經驗，而在每次的用餐經驗中贏得他們得信任。這就是“時刻把握，時刻享受”！

### 對於我們的品質 Our Quality

每一位客人來訪的背後，都存在著一個啟動的機制及系統，已確保品質和價值反應在每一位客人的經驗上。我們對所做的一切感到自豪；這很明顯得從我們手工備製的食物、手工鮮釀啤酒和特選飲料看的出來。我們盡最大的努力，讓我們在世界的每個角落的分店，都能維持著高標準的品質。這就是“時刻把握，時刻享受”！

## 對於我們的團隊 Our Team

我們最大的優勢就是我們的團隊成員。我們的使命能實現，全都是因為我們團隊成員承諾了“時刻把握，時刻享受”的使命達成。超越期待的經驗不僅是為我們的客人，更是對我們所有的團隊成員。我們致力成為業界中求職者的首選，僱用優秀的人才，並提供良好的資源和訓練品質讓他們發揮長才。

## 對於我們的利益相關者 Our Stakeholders

我們有義務對所有利益相關者負責，包含我們的董事會、總公司同仁、餐廳經理、主廚、所有團隊成員和我們的客人。我們在業界始終保持正正當當的方式營運，賺取合理應有的利益。

## 對於我們的社區 Our Community

我們相信一個企業從社區中所獲得的盈餘是有義務回饋於社會，並促近期發展和負責的行動。這是良好的企業精神。每間餐廳都需要認真看待對各社區的責任，這是我們組成不可或缺的使命。

### (二) 我們的使命

Every Guest will have an exceptional experience,  
Every Time they visit our restaurants!

**時刻把握**每一次提供服務的機會，讓每一個客人**時刻享受**超乎期待的用餐驗！

Every Guest, Every Time！就是希望每一個客人每一次來到我們的餐廳都能享受超乎期待的用餐經驗！這是一個很高的自我要求標準，更是我們整個團隊每一個人必須共同實踐的使命，完全的投注焦點再創造超乎客人期待的用餐經驗。在訓練的過程中您將會學習到如何成功的達成 EGET。

### (三) EGET 的成功要素

**落實款待文化 + 與人共事的能力 + 服務的工作技能**

## 珍惜客人 Cherishing the Guest

珍惜客人就是讓客人每一次都能感覺到你是真誠的想要讓他們可以擁有超

乎期待的顧客經驗。當客人感受到我們的真誠對待及感謝，他們會願意再次選擇我們的餐廳。

## 團隊合作 Teamwork

要達成 EGET 成功的關鍵就是透過團隊合作，這不僅需要靠外場的工作夥伴，也需要你的經理團隊和廚房夥伴通力合作。彼此照顧、互相信任，以滿足餐廳內每位顧客的期望，同時創造一個愉悅的工作環境及超乎客人期待的用餐經驗。

## 服務步驟 Steps of Service

為了讓每一個客人在每一次用餐時都能得到超乎期待的用餐經驗，那必須是在適時、全面，而且前後一致的經驗，為了達成這個目標，你必須學習餐廳中有關顧客服務的相關步驟。

### (四) 款待文化

款待客人，就像對帶來參加派對的朋友一樣，好比在你家舉辦一個 party，你必須事先準備好全部的工作，以及讓客人感受到歡迎與舒適的感覺。

明白服務及款待之間有所差別，服務是憑藉技術提供產品給顧客；款待則提供產品時，帶給顧客的感覺。服務是獨白，款待是對話。站在顧客的立場，讓客人感受到我們是在替他們著想，用每一種感官去感受顧客的需求，然後給予負責、真誠、適切的回應，努力“服務”客人也許可以達到期待，但用心“款待”客人絕對可以達到超越期待的境界。

當然在接下來一連串的訓練的過程中，您將會學習到如何確實執行 5 大服務步驟，以達到顧客的基本用餐期待，但我們並不能以此而自滿，要清楚了解 Every Guest, Every Time 的使命就是希望每一個客人每一次來到我們的餐廳都能享受超乎期待的用餐經驗！如何成功的達成 5 大款待承諾，才是我們超乎期待的重要關鍵。

## 5 大款待承諾 (5 Hospitality Commitments)

- 1、 歡迎 (Be Welcoming)
- 2、 允諾 (Be Engaged)
- 3、 負責 (Be Responsible)
- 4、 做得更好 (Be Better)
- 5、 真誠 (Be True)

## 二、4P 分析

### 1. 產品 (Product)

金色三麥現釀啤酒的原料不但完全來自進口的高級食材，連店內食材也都堅持提供高品質以滿足顧客的味蕾。真正做到喝"喝現釀啤酒，不必到歐洲"。您可省下到歐洲的旅費，一起邀約所有好友到金色三麥享受我們用心為您打造的歐風餐廳，促進您與朋友的關係，拉近您與客戶的距離，釋放全身壓力，以下是我們的餐點介紹。

表一 金色三麥 菜單(部分)

分類	名稱	價格 \$ (NT)
開胃菜 STARTERS	酥炸綜合拼盤	320
	德式香腸 P I Z Z A	320
	德式煙燻三拼	380
	義式松阪豬肉	320
	極鮮和風紅鮭魚	280
開心點 SMALL PLATES	酥炸高鈣起司條	180
	酥炸薯條	150
	涼伴墨魚	280
沙拉 GREENS	貝里斯鮮蔬蝦仁拌檸檬優格(小辣)	250
	義式野菇沙拉	250
	凱薩沙拉	250
主廚精選 CHEF FAVORITES	金色三麥超值大拼盤	1180
	西班牙海鮮燉飯	780
	酥炸海鮮拼盤	420
義大利麵 PASTA	義大利海鮮麵	280
	義式墨魚麵	280
	奶油雙菇燻雞肉麵	280
甜點 DESSERTS	焦糖有機葡萄塔	220
	焦糖布丁	75



圖二

金色三麥超值大拼盤



圖三

極鮮和風紅鮭魚



圖四

奶油雙菇燻雞肉

資料來源

金色三麥官方網站

### 2. 價格 (Price)

價位的訂定以中等偏高為主，店內具備獨一無二的裝潢與氣氛和舒適環境用餐，都設有小型啤酒釀酒廠，由釀酒師為當地客人釀造許多得獎無數的鮮釀啤酒，以及季節限定的啤酒、並搭配節慶套餐、限定優惠、等等方案吸引顧客上門。不僅讓平時有能力消費的顧客無論是社交聚會或是朋友聚餐，皆能滿足需求。優惠活動期間也可以吸引鮮少光顧的消費者前來用餐。

### 3. 通路 (Place)

金色三麥的在百貨公司和鬧區設立分店，在全台北中南共有 10 家分店，提供百貨公司購物的群眾一個舒適用餐的落腳處。

## 三、SWOT 分析

以 SWOT 分析金色三麥在美式主題餐廳的機會、威脅、強勢與弱，分析企業產品所面臨的優勢(Strength)、劣勢(Weakness)、機會(Opportunity)、威脅(Threat)，根據其內容發揮優勢改善劣勢，並設立經營目標。

答：Gordon Biersch 在美式主題餐廳領域的 SWOT 分析如下：

表二 SWOT 分析

優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
1. 結合手工鮮釀啤酒的第一間美式餐廳 2. 開放式的廚房，作業透明化 3. 服務生具有外語優勢 4. 服務素質高	1. 知名度不如其他同性質的美式餐廳高 2. 價位偏高，無法獲得部分消費者的認同
機會(Opportunity)	威脅(Threat)
1. 積極拓展分店提高知名度 2. 要積極尋找銷售啤酒的通路，展開知名度	1. 同性質的餐廳太多 2. Ex：Friday, chilis.... 等 食安風暴

## 四、波特的五力分析

## 五力分析（英文:Porter five forces analysis）為麥可·波特

在 1979 年提出的架構，其用途是定義出一個市場吸引力高低程度。波特認為影響市場吸引力的五種力量是個體經濟學面，而非一般認為的總體經濟學面。五種力量由密切影響公司服務客戶及獲利的構面組成，任何力量的改變都可能吸引公司退出或進入市場。

### (1)消費者的談判力量 弱

以餐廳來說，餐點價位與服務費都明確標示在菜單上，中高價位餐廳的價值包含使用品質較好的食材、優質細膩的服務、獨特風格的裝潢建材…等，顧客欲享用美食就會進來消費並以願付價格去搭配餐點。

### (2)供應商的談判力量 強

金色三麥目前全台三家分店，許多食材自國外進口，品質也是嚴格把關，因此能符合需求之上游供應商不多，加上進貨量不大，無法在交易價格上取得太多折扣，但因啤酒是自釀所以應該還好。

### (3)替代品的威脅 大

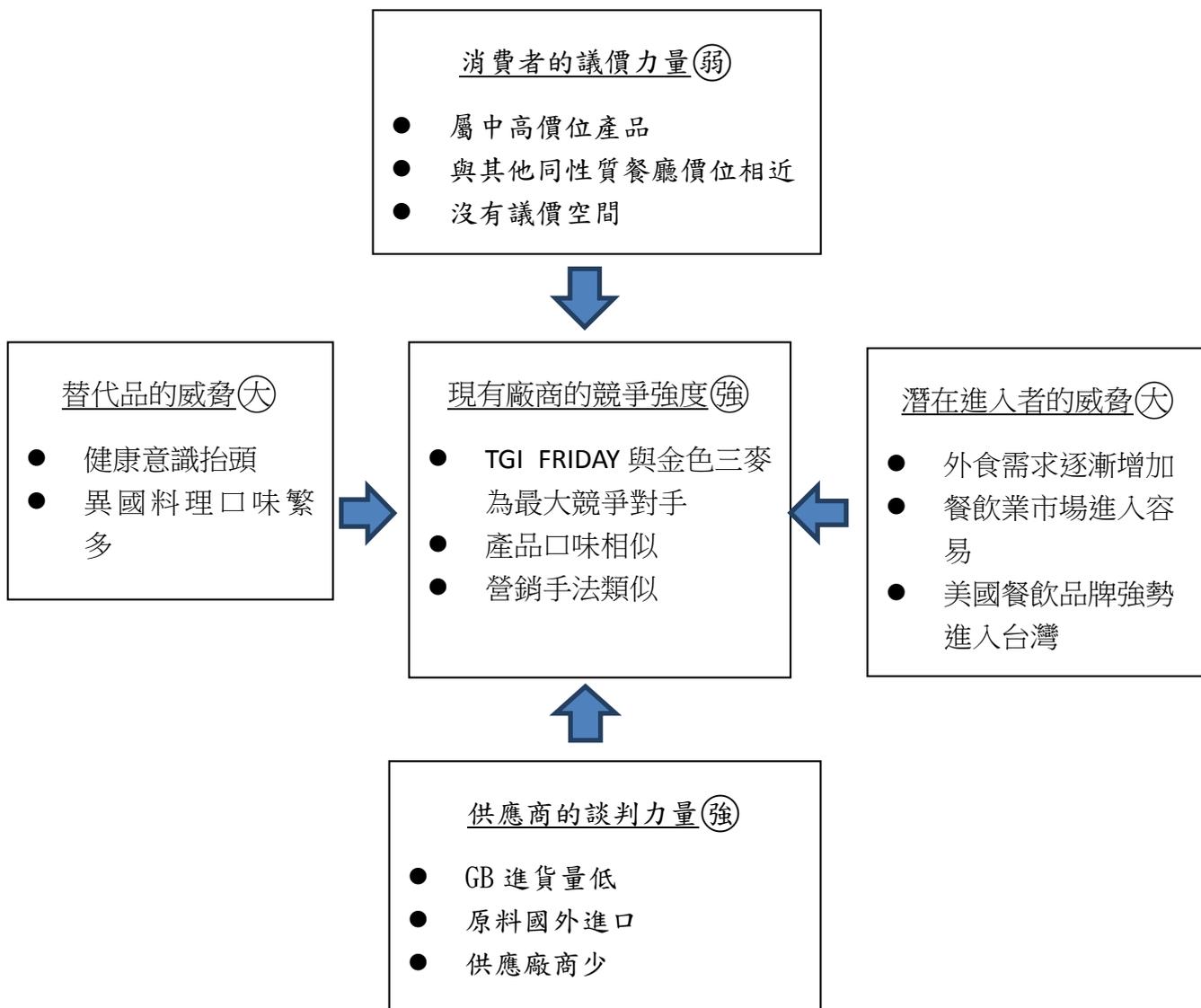
目前異國料理餐廳繁多，美式餐廳亦如雨後春筍，如 TGI Fridays、Chilis，非美式餐廳，如高級日式燒烤店也是一大競爭者。近年來健康意識抬頭，標榜蔬食、健康、無負擔的主題餐廳也在餐飲這個市場佔有一席之地，所以消費者擁有比以前更多的選擇，金色三麥也相對的大受威脅。

### (4)潛在進入者的威脅 大

根據資料得知台灣外食趨向，市場需求漸增，供給方也爭相進入，無論是從海外或本地，開設一間餐廳的資本額比起建設公司來得低，也無特別技術性或專利性的阻礙，進入市場容易。

### (5)現有廠商的競爭強度 強

TGI Fridays 為台灣美式餐廳的老代表，也是金色三麥最強大的競爭對手，營銷模式相似，兩者的品牌形象，一個原味經典，另一則注入一股新的生命力，更顯得時尚、活潑，另外本土也以鮮釀啤酒起家的金色三麥，其實力不容小覷。在如此激烈的競爭下，產業內部的對抗是高的。



圖五 五力分析

資料來源:本組整理

## 第參章 資料蒐集方法與分析

本組主要探討金色三麥美式主題餐廳滿意度調查是否受到個人屬性和消費者滿意度的影響。第一節提出本研究架構，第二節提出研究對象與資料蒐集，第三節出本研究之研究方法與工具。

### 第一節 研究架構

本組研究由理論文獻及問卷調查所建立，欲探討消費者對金色三麥滿意度及再次用參意願的影響因素為何。因此，消費者個人屬性，將滿意度及再次用餐依變項，分別予以探討其差異與相關性。

## 第二節 問卷設計

本組是採用問卷調查研究法，主要目的是彙整金色三麥的滿意度問題，以問卷作為研究主要依據。主要分為第一部份個人基本資料，第二部分實際調查之地點，第三部分是消費者滿意度。分別敘述如下：

### 1. 個人屬性

本組針對受消費者之個人屬性，包括餐廳選擇、性別、婚姻、年齡、教育程度、職業、平均月收入。分別如下：

- 一、 餐廳選擇:金色三麥
- 二、 性別:分為男性及女性
- 三、 婚姻:分為已婚和未婚
- 四、 年齡:分別 18 歲以下與 19-22 歲與 23-26 歲與 27-30 歲與 31-34 歲與 35 歲以上
- 五、 教育程度:分別高中以下、專科、大學、研究所以上。
- 六、 職業類別:分為服務業、軍公教、工業、學生。
- 七、 平均收入:20000 元以下；20001-30000 元；30001-40000 元；40001-50000 元；50000 元以上。

## 2. 實際調查之地點

本組針對問卷實際調查以台中消費者，問卷一百六十份做問卷調查，每人四十分，每個人的調查時間、地點、問卷、數量，作為表格顯示以下：

### 沈怡蓁的問卷調查

表三 研究資料:本組整理

	時間	地點	問卷數量
八月二十六日	下午一點到下 午三點	台中市勤美店	10
八月二十七日	下午一點到下 午三點	台中市勤美店	10
八月二十八日	下午一點到下 午三點	台中市勤美店	10
八月二十九日	下午一點到下 午三點	台中市勤美店	10

### 楊欣瑜的問卷調查

表四 研究資料:本組整理

	時間	地點	問卷數量
八月二十六日	下午四點到下 午六點	台中市勤美店	10
八月二十七日	下午四點到下 午六點	台中市勤美店	10
八月二十八日	下午四點到下 午六點	台中市勤美店	10
八月二十九日	下午四點到下 午六點	台中市勤美店	10

### 李江世民的問卷調查

表五 研究資料:本組整理

	時間	地點	問卷數量
八月二十六日	晚上七點到晚 上九點	台中市勤美店	10
八月二十七日	晚上七點到晚 上九點	台中市勤美店	10
八月二十八日	晚上七點到晚	台中市勤美店	10

	上九點		
八月二十九日	晚上七點到晚 上九點	台中市勤美店	10

### 邵煜倫的問卷調查

表六 研究資料:本組整理

	時間	地點	問卷數量
八月二十六日	晚上九點到晚 上十一點	台中市勤美店	10
八月二十七日	晚上九點到晚 上十一點	台中市勤美店	10
八月二十八日	晚上九點到晚 上十一點	台中市勤美店	10
八月二十九日	晚上九點到晚 上十一點	台中市勤美店	10

### 3. 消費者滿意度調查

依據前節所述之各滿意度因素，參考王品餐廳顧客滿意度調查，因此，

本問卷關於滿意度的問題分成三大類，第一類「客品質感受」，第二大類「價值觀感」，第三類「顧客滿意度、忠誠度」。

### 第三節 分析方法

本研究採用統計軟體 EXCEL，做結構性分析、相關性分析、差異性分析、回歸分析等統計方法，進行電腦統計分析，根據這些數據資料，了解金色三麥的消費者滿意度比較，各統計方法分別敘述如下：

#### 1. 結構性分析

先將資料做簡單的敘述統計，以平均數、次數分配、百分比等敘述性統計方法，檢查資料是否有無錯誤，是否有極端值或漏失值的存在。另可分析了解樣本的基本資料個因素的分布情形及重要性程度。

#### 2. 相關性分析

本研究相關性分析是為了檢驗其題目間的相關程度。來檢定個因素之衡量細項間的內部一致性，顯示量表內各細項的相關性越高。以皮爾生相關分析來探討，消費滿意度與在購意願之間的關係，以考驗其相關程度及其相關是否達到顯著水準。

#### 3. 差異性分析

為求明瞭不同喜愛餐廳變項對消費的滿意度是否存有顯著性差異存在，以及不同個人滿意度變項在購用餐是否顯著性差異性存在，利用獨立樣本的檢定與單因子變異數分析來進行檢定。



## 第四章 研究結果與分析

本章依據問測量之資料，以台中金色三麥餐廳為研究範圍與對象，並以人員發放問卷方式於勤美誠品門口，對前往消費的顧客做問卷調查。以探討顧客品質感受、顧客滿意度、忠誠度、價值感官以及關係結合方式之關係。根據研究目的，本研究進行分析包括以下兩項：

### 第一節 金色三麥主題餐廳之顧客樣本結構性分析

本節，探討金色三麥之樣本資料作為表格來分析，消費滿意度的結構面，分別對個人屬性之影響

餐廳顧客品質感受敘述統計分析表

表七 消費者品質感受之分析

項目	平均數	標準誤	中間值	眾數	標準差	變異數
裝潢	4.27	0.0577	4	4	0.632	39.9%
燈光	4.38	0.0581	4	5	0.636	40.4%
環境	4.43	0.0588	4.5	5	0.644	41.4%
音樂	4.34	0.0598	4	4	0.655	42.9%
色香	4.38	0.0592	4	5	0.649	42.1%
餐點精緻	4.37	0.0614	4	5	0.673	45.3%
座椅舒服	4.3	0.0613	4	5	0.671	45.0%
空調	4.43	0.0577	5	5	0.632	39.9%
設計	4.14	0.0492	4	4	0.539	29.1%
光感	4.43	0.0576	4.5	5	0.631	39.8%
整潔	4.28	0.0542	4	4	0.594	35.2%
口齒留香	4.28	0.0579	4	4	0.635	40.3%
飲品順口	4.35	0.0599	4	5	0.657	43.1%
食新鮮度	4.36	0.0601	4	4	0.658	43.4%
菜色樣化	4.42	0.0575	4	5	0.630	39.6%
香味	4.43	0.0577	5	5	0.632	39.9%
錢與份量 成正比	4.33	0.0619	4	5	0.678	45.9%

服務品質	4.44	0.0565	5	5	0.619	38.3%
仍會在來	4.43	0.0576	4.5	5	0.631	39.8%

餐廳顧客品質感受敘述統計分析表

表七 消費者品質感受分析

項目	範圍	最小值	最大值	總和	個數
裝潢	2	3	5	512	120
燈光	2	3	5	525	120
環境	3	3	5	531	120
音樂	2	3	5	521	120
色香	2	3	5	525	120
餐點精緻	2	3	5	524	120
座椅舒服	2	3	5	523	120
空調	2	3	5	532	120
設計	2	3	5	497	120
光感	2	3	5	531	120
整潔	2	3	5	513	120
口齒留香	2	3	5	513	120
飲品順口	2	3	5	522	120
食新鮮度	3	3	5	523	120
菜色樣化	2	3	5	530	120
香味	2	3	5	532	120
錢與份量成正比	2	3	5	520	120
服務品質	2	3	5	533	120
仍會在來	2	3	5	531	120

資料來源：「金色三麥」餐廳顧客滿意度調查問卷

## 第二節 金色三麥主題餐廳之消費者滿意度結合相關分析

表格八，由金色三麥主題餐廳的滿意度相關，做餐廳顧客品質感受、價值感官、顧客滿意度、關係結合方式的內容，結果顯示，說明如下；

表八 顧客滿意度評分

項目	非常不滿意	不滿意	普通	同意	非常同意
裝潢漂亮	0	0	4	39	77
燈光有氣分	0	0	0	56	64
環境整潔	0	0	8	30	82
音樂悅耳	0	0	28	37	55
餐點色香味俱全	0	0	23	26	71
餐點精緻	0	0	4	27	89
座椅舒服	0	0	6	63	51
空調舒適	0	0	0	36	84
裝飾漂亮	0	2	10	32	76
燈光佳	0	0	1	47	72
環境舒適	0	0	5	46	69
主菜口齒留香	0	0	5	23	92
飲品順口	0	0	19	27	74
食材新鮮	0	0	18	35	67
菜色多樣化	0	0	0	54	66
餐點俱全	0	0	27	35	58
價錢跟份量成正比	0	0	30	48	42
服務品質佳	0	0	2	42	76
仍會再光顧	0	0	15	31	74

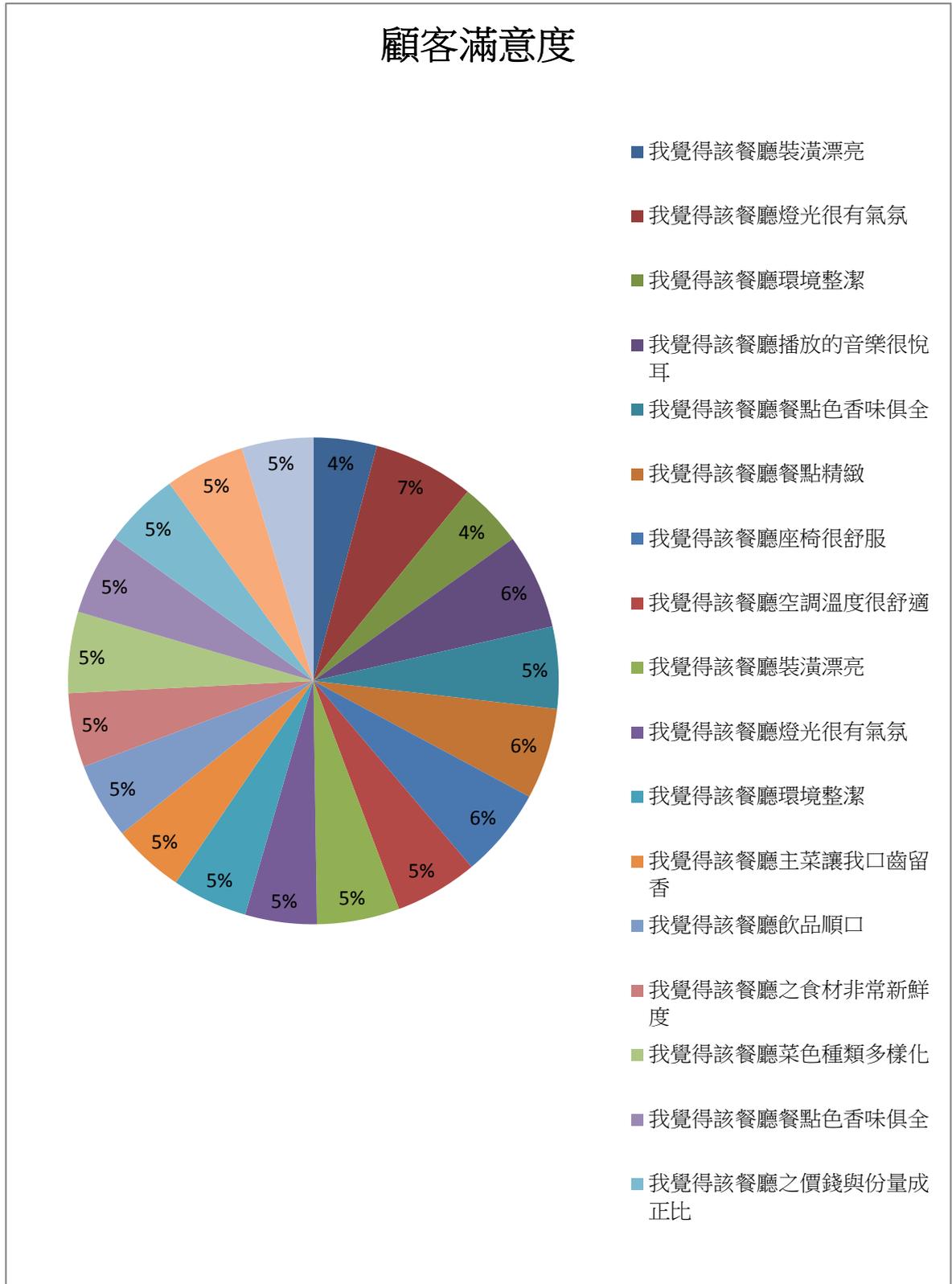
表九 金色三麥主題餐廳相關分析

NO.	滿意度問卷變數	金色三麥相關
1	我覺得該餐廳裝潢漂亮	0.460
2	我覺得該餐廳燈光很有氣氛	0.732
3	我覺得該餐廳環境整潔	0.469
4	我覺得該餐廳播放的音樂很悅耳	0.697
5	我覺得該餐廳餐點色香味俱全	0.599
6	我覺得該餐廳餐點精緻	0.665
7	我覺得該餐廳座椅很舒服	0.656
8	我覺得該餐廳空調溫度很舒適	0.604
9	我覺得該餐廳裝潢漂亮	0.599
10	我覺得該餐廳燈光很有氣氛	0.520
11	我覺得該餐廳環境整潔	0.549
12	我覺得該餐廳主菜讓我口齒留香	0.523
13	我覺得該餐廳飲品順口	0.556
14	我覺得該餐廳之食材非常新鮮度	0.542
15	我覺得該餐廳菜色種類多樣化	0.593
16	我覺得該餐廳餐點色香味俱全	0.595
17	我覺得該餐廳之價錢與份量成正比	0.556
18	我覺得該餐廳服務人員會將餐飲正確送至點購顧客面前	0.578
19	我覺得該餐廳出新餐點，我仍前往用餐	0.520

資料來源：「金色三麥」餐廳顧客滿意度調查問卷

就店別而言，金色三麥主題餐廳於顧客消費滿意度構面，其統計結果顧客滿意度大於 0.5，為顧客之較滿意，小於 0.5 於顧客認為尚有進步的空間，故統計結果顧客滿意度為大於 0.5，總體顧客滿意度為滿意。

圖六 顧客滿意度分析



顧客滿意度大於 5%，為顧客之較滿意，小於 5%於顧客認為尚有進步的空間，資料顯示消費者覺得餐廳裝潢漂亮尚有進步的空間。

## 第五章 結論與建議

本研究所提經由文獻探討及多次與指導老師討論，發展金色三麥主題餐廳滿意度影響之因素，並依據前章，以人員隨機發放問卷方式於校園內隨機對學生和老師、勤美做個別做問卷調查。發放 160 份問卷，從問卷以顧客品質感受、價值感官、顧客滿意度及忠誠度、關係結合方式，調查顧客滿意度與忠誠度關係影響金色三麥主題餐廳關係。

### 第一節 研究結論

本研究調查顯示至台中地區金色三麥在人口統計變項方面，本研究分析結果顯示性別、職業、年齡、婚姻及個人平均月收入各因素，對於服務品質與顧客滿意度顯然成正比之影響。在年齡方面，不同年齡層對服務品質與顧客滿意度有些微不同。27-30 歲的顧客評價較高，18 歲的評價較低。服務品質所有年齡層都給予較高的評價。

### 第二節 研究建議

針對於台灣到地的美式料理來做研究，為何近年來美式餐廳頗受大家喜愛，金色三麥講求的是新鮮的餐點鮮釀的啤酒，從德國進口啤酒原物料運自台灣自己釀造，不採用中央廚房，而是每天現做備至物料。金色三麥服務精神秉持著「主人心態」，服務人員就如同家裡的主人般，把每一位客人都當成是自己家裡的貴賓、親友，用無比的熱情招待，讓每一位貴賓都擁有難忘而美好的用餐經驗。店內食材堅持提供高品質以滿足顧客的味蕾，並不惜成本以昂貴的天然調味料取代一般餐廳使用的味精，讓顧客們都能吃得美味、吃出健康。

### 第三節 後續研究之建議

(一)研究因受限於人力、時間及物力，問卷樣本的調查範圍侷限於台中部地區，調查時間，有效問卷回收數量，多少會有影響因此在資料統計與分析上恐與實際情況產生誤差。

(二)建議金色三麥主題餐廳多推不同客群的消費模式，但因優惠活動太少和位子太少，可以讓更多年齡層的客群參與到金色三麥主題餐廳的不同樣貌，以提升客群的餐廳顧客忠誠度。

## 參考文獻

### 專題論文

修平科技大學103年畢業專題:廖冠智、蕭淳韓、鄒盈儀。(2014)

朝陽科技大學99年畢業專題;林慧鵬、何孟潔、林美秀、宋毓芬、盧雅妮。(2010)

### 網頁資料

食記，金色三麥（勤美誠品店）。(2014)

金色三麥-美式餐廳。(2008)

「台中餐廳」金色三麥餐廳（勤美誠品店）。(2009)

食記，金色三麥鮮釀啤酒餐廳(勤美誠品店)，蜂蜜啤酒好喝。(2014)

食記，金色三麥(勤美誠品店)，適合朋友歡聚的場所。(2014)

## 附錄

敬啟者你好：

我們是修平科技大學專題研究生，目的是在探討美式餐廳經營方式對於顧客滿意度得影響，以金色三麥為研究。由於本研究對象是主要顧客面的感受為主，因此你的參與更是本研究順利進行的關鍵。

懇請你花費1~3分鐘填寫問卷，所得結果將僅作為學術分析之用，決不將資料公開，請放心填答。

謝謝你的熱情協助，如有需要，僅此獻上最誠摯的謝意！

專題研究指導老師蔣寬和  
專題研究生楊欣瑜、沈怡蓁、邵煜倫、李江世民

### 一部分基本資料

1. 對金色三麥的衛生環境滿意嗎？

- 非常滿意
- 滿意
- 普通
- 不滿意
- 非常不滿意

2. 請問以上第一題問題是你喜歡吃的餐廳到資訊來源為何？

- 報章雜誌廣告 電視廣告 廣播廣告 網路廣告 親朋好友介紹
- 服務人員建議 店面海報宣傳 其他

3. 性別：男 女

4. 婚姻：已婚 未婚

5. 年齡：18歲以下 19-22歲 23-26歲 27-30歲 31-34歲 35歲以上

6. 教育程度：高中以下 專科 大學 研究所以上

7. 職業類別：服務業 軍公教 工業 學生 其他

8. 月薪所得：20,000元以下 20,001-30,000元 30,001-40,000元

40,001-50,000元 50,001元以上

9 覺得金色三麥尚需改進的地方？\*

- 增加餐點種類
- 加強環境衛生
- 增加空間舒適度
- 服務人員品質
- 降低價格
- 其他 內容

10 次到「金色三麥」消費的原因？\*

- 一般用餐

- 洽商
- 同學會
- 親友聚餐
- 慶生
- 其他 內容

## Part 1 餐廳顧客品質感受

請問您在該餐廳用餐時在對於品質方面的感受，請在適當的內打「✓」

	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1 我覺得該餐廳裝潢漂亮	<input type="checkbox"/>				
2 我覺得該餐廳燈光很有氣氛	<input type="checkbox"/>				
3 我覺得該餐廳環境整潔	<input type="checkbox"/>				
4 我覺得該餐廳播放的音樂很悅耳	<input type="checkbox"/>				
5 我覺得該餐廳餐點色香味俱全	<input type="checkbox"/>				
6 我覺得該餐廳餐點精緻	<input type="checkbox"/>				
7 我覺得該餐廳座椅很舒服	<input type="checkbox"/>				
8 我覺得該餐廳空調溫度很舒適	<input type="checkbox"/>				

## Part 2 價值感官

請問您在該餐廳用餐時對於價值或感觀方面的感受，請在適當的內打「✓」

非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
-----------------------	-------------	--------	--------	------------------

- |                |                          |                          |                          |                          |                          |
|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 我覺得該餐廳裝潢漂亮   | <input type="checkbox"/> |
| 2 我覺得該餐廳燈光很有氣氛 | <input type="checkbox"/> |
| 3 我覺得該餐廳環境整潔   | <input type="checkbox"/> |

### Part 3 顧客滿意度、忠誠度

請問您在該餐廳用餐時對於價值或感觀方面的感受，請在適當的內打「✓」

- |                                | 非<br>常<br>不<br>同<br>意    | 不<br>同<br>意              | 普<br>通                   | 同<br>意                   | 非<br>常<br>同<br>意         |
|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 我覺得該餐廳主菜讓我口齒留香               | <input type="checkbox"/> |
| 2 我覺得該餐廳飲品順口                   | <input type="checkbox"/> |
| 3 我覺得該餐廳之食材非常新鮮度               | <input type="checkbox"/> |
| 4 我覺得該餐廳菜色種類多樣化                | <input type="checkbox"/> |
| 5 我覺得該餐廳餐點色香味俱全                | <input type="checkbox"/> |
| 6 我覺得該餐廳之價錢與份量成正比              | <input type="checkbox"/> |
| 7 我覺得該餐廳服務人員會將餐飲正確送至點購顧客<br>面前 | <input type="checkbox"/> |
| 8 我覺得該餐廳出新餐點，我仍前往用餐            | <input type="checkbox"/> |