

為何台灣民眾喜愛喝星巴克咖啡—以樹德家商老師為例

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

為何台灣民眾喜愛喝星巴克咖啡—
以樹德家商老師為例

作者：

曾若雅。私立樹德家商。三年四班
何欣盈。私立樹德家商。三年四班
蕭穗如。私立樹德家商。三年四班

指導老師：

毛美芳老師

壹●前言

台灣近年來經濟不景氣，讓許多上班族必須縮衣節食的過日子，有數據統計，30 歲以下年輕上班族，每個月平均收入不到 3 萬塊，比 15 年前還要慘。其中最慘的就是 30 到 34 歲的青年，年平均所得比兩年前少了近 2 萬塊，青年貧窮問題正在加速惡化。

一、研究動機

這樣的現象卻似乎不影響到知名的星巴克連鎖咖啡店，在台灣展店數高達 2 7 2 家，不但不影響到生意反而成為了台灣咖啡連鎖店的龍頭寶座。

台灣人究竟為何對星巴克如此的著迷，我們將藉由此研究尋找出星巴克吸引消費者有哪些特點，並分析結果提出建議。

二、研究目的

本研究旨在了解台灣人喜愛喝星巴克咖啡的原因，因此以樹德家商老師常去星巴克消費作為研究。依據其研究目的而提出下列幾點研究問題：

1. 老師們喜歡到星巴克購買咖啡的原因。
2. 老師們除了咖啡之外還有哪些吸引他們前往購買的因素。
3. 老師們喜歡待在星巴克裡的其他原因。

本研究將藉由對老師在星巴的消費行為進行問卷調查及研究，分析了解目前老師們光顧星巴克之消費行為、滿意度及生活型態，並統整研究結果來讓讀者瞭解消費者之消費行為。提出星巴克吸引消費者有哪些特點，以便讓消費者做為參考。

三、定義解釋

星巴克(Starbucks): 星巴克是近 10 年來美國最吸引人的餐飲零售傳奇。1971 年，星巴克在西雅圖平民的傳統市場區誕生。1996 年，星巴克正式跨入國際，在流行的東京銀座開了第一家海外咖啡店。不過 6 年，星巴克一圈綠底白字的美人魚標誌，打入了全球 32 個市場，現在更以每一天這個地球上就多了 3、4 家星巴克的速度成長。這個發展歷程，就像企業版麻雀變鳳凰的傳奇。

貳●正文

一、文獻探討

隨著油電雙漲的情況下，星巴克不像因某些品牌因經濟不景氣而一一倒閉，卻還能維繫市場領導者的地位，獨占市場的巔峰，而本研究旨在探討為何台灣民眾喜愛喝星巴克咖啡，在第二章的研究，本小

為何台灣民眾喜愛喝星巴克咖啡—以樹德家商老師為例

組找到了幾份相關文獻作為參考及討論。

根據王秀瑩(2000)的研究中，國外連鎖經營方式引進台灣，也改變了人們的消費形態與習慣，星巴克連鎖咖啡店的特色，在台灣全省各地擴點行動。星巴克成了休閒和聊天的好去處，在空間的設計和規劃上也突破了傳統。在那環境裡就能感覺放鬆，不僅是喜歡咖啡連環境也佔了一大部分。星巴克的咖啡會不時推出新的配方，增加附加味覺的變化和創新、流行、美觀的意念在消費者心裡，讓咖啡不只是單單的咖啡選擇。她的研究還發現，不同性別、婚姻狀態、職業及月收入的消費者對咖啡消費認知有不同的程度，以及不同婚姻狀態及年齡的消費者對於咖啡產品亦有不同的滿意程度。經過相關分機後發現，消費者認知與滿意度在「咖啡產品」、「環境屬性」、及「服務」等三個呈現正面。

另外，研究者康芳琮(2006)的研究主題「企業辨別系統、體驗行銷對品牌形象關係之研究以統一星巴克咖啡為例」本研究目的是調查統一星巴克之企業辨別系統以及體驗行銷策略對於其品牌形象是否有正向顯著之影響。受訪的對象為高雄市區星巴克消費者。結果發現消費者的感官體驗及視覺享受對於品牌的形象具有很大的影響。

在黃玉蓉(2012)的研究中，卻發現在現在這個經濟不是很景氣的時候，有些商品的購買度瘋狂下跌，但卻也有購買度持平的現象，那就是「咖啡」。在這麼龐大的咖啡競爭市場，星巴克即使有著如此強大的吸引力卻還是會有極大的壓力，但因為商品及行銷手法不斷的創新，才能在競爭市場中佔有一席之地。因此，在研究者的研究中要探討為什麼臺灣人民這麼喜歡喝星巴克的咖啡，來研究在現代這個社會中，人們對星巴克咖啡的喜愛度到底是多少。研究結果發現，普遍購買星巴克的原因是因為他們行銷手法多樣化，雖然價格高，但也因為環境氣氛及家讓人增添了購買意願。

二、研究方法

本研究旨在了解台灣人喜愛喝星巴克咖啡的原因。利用問卷調查法以及統計分析方法，作為研究並分析其結果。

(一)研究對象

本研究以問卷調查為主，研究對象為高雄市三民區樹德家商的老師們，共計有效回收問卷為 85 份，回收後立即進行問卷處理及分析結果。

(二)研究工具（問卷）

本研究的研究工具為問卷調查，問卷中包含個人基本資料、身為消費者的觀點、對星巴克的喜愛以及其他因素，探討出老師們對於星巴克的滿意度以及喜愛的原因。

三、研究結果及發現

為何台灣民眾喜愛喝星巴克咖啡—以樹德家商老師為例

本研究旨在了解台灣人喜愛喝星巴克咖啡的原因。研究對象為高雄市三民區樹德家商的老師們，共計有效為 85 份，回收問卷後立即進行問卷處理及分析結果。

1. 您的性別

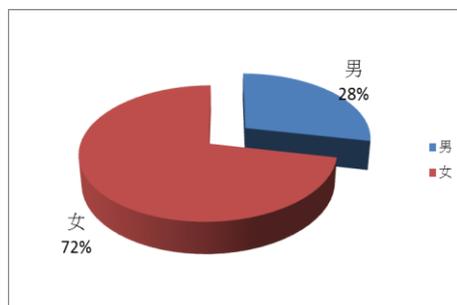


圖 1 受測老師的性別統計圖

由圖 1 可知，大部份我們的受測老師都是女性(占 72%)，而男生的比例大約只佔 28%，約 24 人。

2. 您的年齡

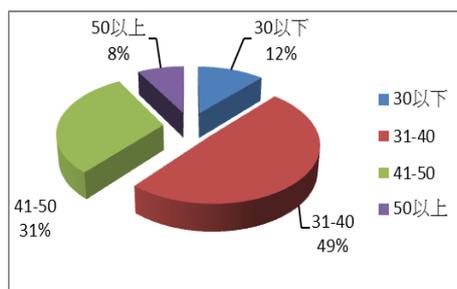
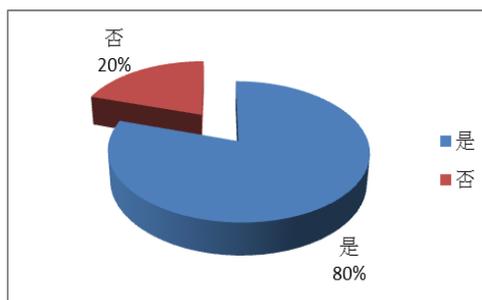


圖 2 受測老師的年齡統計圖

由圖 2 可知，大部分受測老師的年齡大約介於 31-40 歲之間(占 49%)，約總數的一半。超過 40 歲但低於 50 歲的老師也不少，佔總數的 31%。低於 30 歲以下的年輕老師佔 12%，而超過 50 歲以下的老師只佔我們受測老師的 8%。

3. 星巴克商店的開設地點對您的交通方便嗎？



為何台灣民眾喜愛喝星巴克咖啡—以樹德家商老師為例

圖 3 統計星巴克的開設地點對於交通便利滿意度之圓餅圖

由圖 3 可知，有 80% 受測老師認為星巴克的開設地點對他們來說是非常便利，只有約 20% 的老師認為星巴克的地點不夠方便。

4. 您覺得星巴克的價格如何？

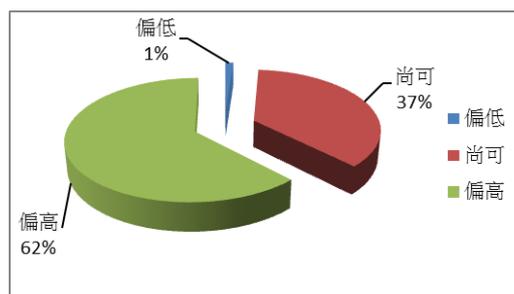


圖 4 老師對於星巴克價格滿意度之圓餅圖

由圖 4 可知，大部分的老師(占 62%)認為星巴克的價格稍微偏高。但是，不少的老師們卻表示星巴克的咖啡價格不算太貴，佔總人數的 37%。有趣的是，卻還是有老師認為價格很便宜實在，但只佔極少數的 1%。

5. 買一送一的行銷策略是否吸引您到星巴克消費？

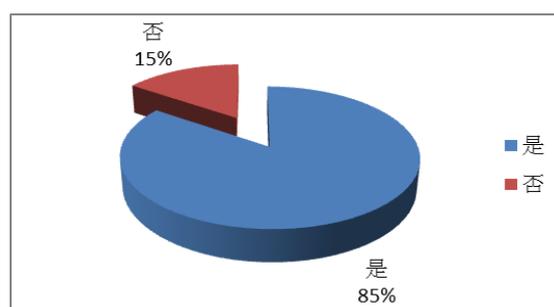


圖 5 買一送一策略是否吸引老師的圓餅圖

由圖 5 可知，大部分的人(占 85%)認為星巴克的行銷策略能夠吸引他們到星巴克消費，而只有 5% 的老師認為星巴克買一送一的行銷策略並不足以吸引他們特別去購買。

6. 您是因為星巴克的品牌形象所以才喜歡的嗎？

為何台灣民眾喜愛喝星巴克咖啡—以樹德家商老師為例

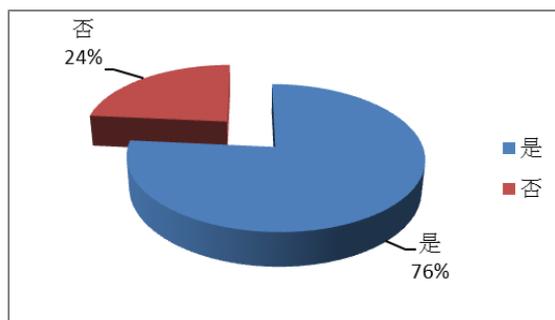


圖 6 老師喜愛星巴克形象的統計圓餅圖

由圖 6 可知，問卷結果顯示，有 76% 的受測老師是因為星巴克這個品牌而喜歡它的，但大約有三成的老師不認為他們有因為星巴克這個形象而影響購買意願。

7. 您曾在一個月內去幾次星巴克？

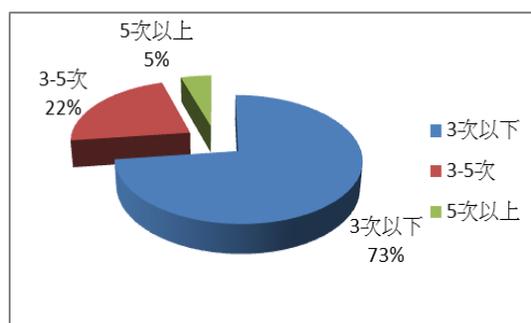


圖 7 老師一個月內去星巴克次數的統計圓餅圖

由圖 7 可知，問卷結果顯示，有 73% 的受測老師一個月內約去星巴克三次以下，因為他們認為星巴克的價錢太貴了。約有 22% 的老師一個月內會去三至五次買咖啡。

8. 您認為星巴克的咖啡豆比其他品牌的咖啡豆還要優質嗎？

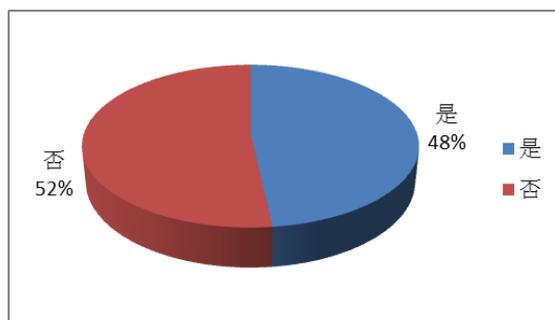


圖 8 是否認為星巴克咖啡豆較優質的圓餅圖

為何台灣民眾喜愛喝星巴克咖啡—以樹德家商老師為例

由圖 8 可知，多數的老師(佔 52%)認為星巴克的咖啡比其他品牌的咖啡優質，也因為咖啡豆夠優質所以才讓星巴克如此的受歡迎。但是，也有不少的老師持不同的意見。

9. 您對星巴克的環境氣氛滿意嗎？

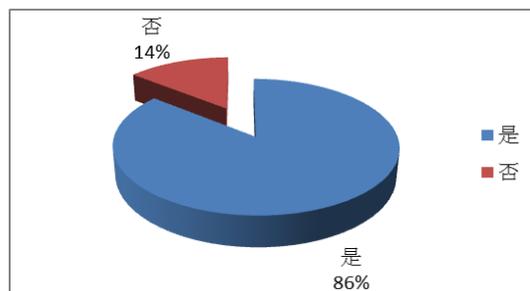


圖 9 老師對於星巴克環境滿意的統計圓餅圖

由圖 9 可知，大部分的人(佔 86%)都對星巴克的環境很滿意，就算是很少來光顧星巴克的人，也會覺得他們的環境氣氛是很好的。

10. 您在消費時是否會想買點心、甜點類的商品？

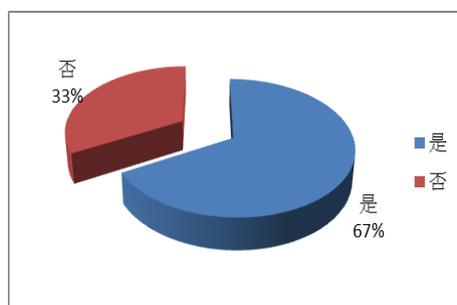


圖 10 老師會另外購買點心、甜點類的統計圓餅圖

由圖 10 可知，大部分的人(佔 67%)在星巴克買飲品時都會要再買點心和甜點類的商品，然而也有不少的老師去星巴克不會多想買星巴克的點心或甜點，約佔 33%。

11. 星巴克服務人員的態度會影響您購買意願嗎？

為何台灣民眾喜愛喝星巴克咖啡—以樹德家商老師為例

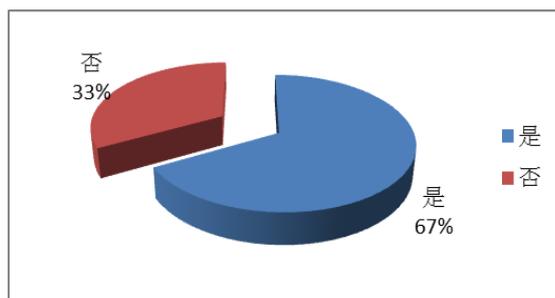


圖 11 星巴克服務人員態度影響老師購買的圓餅圖

由圖 11 可知，問卷結果顯示，有 67% 的受測老師都認為服務人員的態度很重要，可見星巴克對顧客的服務態度是大部分的人都能接受的，只有少數的 33% 的人認為星巴克的服務態度並不會影響他們的購買意願。

12. 您喜歡星巴克咖啡杯的設計嗎？

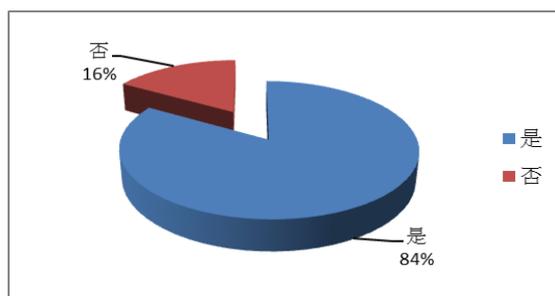
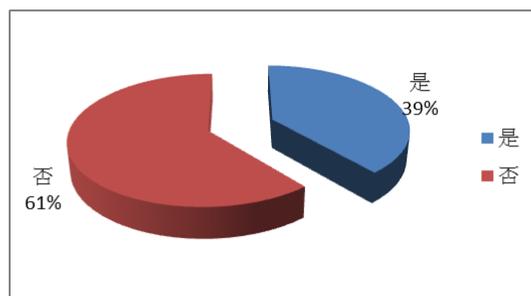


圖 12 老師喜愛星巴克咖啡杯的統計圓餅圖

由圖 12 可知，大部分的老師(占 84%)都覺得星巴克的咖啡杯設計的很好，而只有 16% 的人不喜歡星巴克的咖啡。

13. 星巴克每隔一段時間推出的新飲品，是否會吸引您前往購買？



為何台灣民眾喜愛喝星巴克咖啡—以樹德家商老師為例

圖 13 推出新產品會購買的統計圓餅圖

由圖 13 可知，大部分的老師(占 61%)認為星巴克每隔一段時間推出新商品時，並不會特別吸引導他們前往購買新商品，會前往消費新商品的人則占較少比例，約 39%。

14. 您喜歡星巴克店裡的燈光效果嗎？

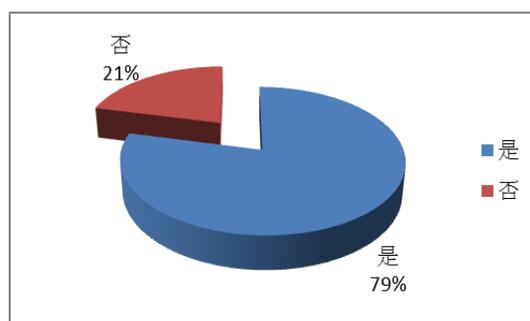


圖 14 喜愛星巴克燈光、照明設備的統計圓餅圖

由圖 14 可知，大部分的老師(占 79%)認為星巴克店裡的燈光效果是受到歡迎的。他們會前往消費的理由之一也是因為他們喜歡其設備的燈光效果，不喜歡的人數則占少數(18%)。

15. 您習慣和誰一起到星巴克消費？

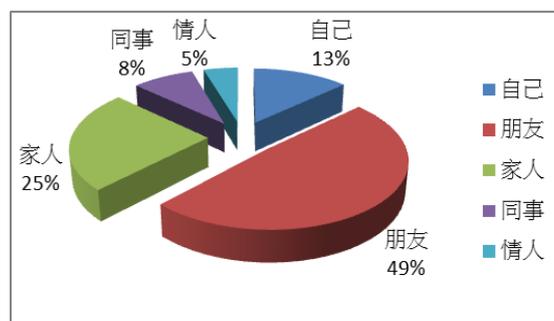


圖 15 老師到星巴克的統計圓餅圖

由此圖 15 可知，約半數的受測老師(占 49%)都習慣跟朋友去星巴克。其次，是與家人去星巴克，占比例 25%。比較常自己去星巴克的老師則占比例 13%。與同事或情人去星巴克所占比例反之比較低，只占 8%和 5%。

16. 您喜歡到星巴克做哪些活動？

為何台灣民眾喜愛喝星巴克咖啡—以樹德家商老師為例

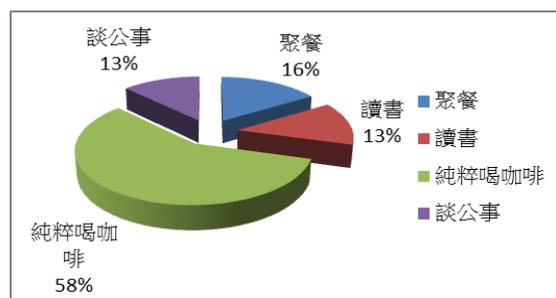


圖 16 喜愛到星巴克作其他事的統計圓餅圖

由此圖 16 可知，問卷結果顯示，有 58% 老師都喜歡去星巴克純粹喝咖啡占所有比例的一半。其次是去聚餐，約佔比例 16%。談公事和讀書所占的比例較低佔 13%。純粹喝咖啡比例占 58%，聚餐比例占 16%，讀書和談公事比例占同樣是 13%。

參●結論

綜合以上結果可知，台灣人喝咖啡的習慣越來越普遍，星巴克賣的不僅只是咖啡，而營造的環境更是老師前往消費的加分。除了主要前往星巴克品嚐優質的咖啡以外，老師們不但可以一邊喝咖啡一邊聊聊生活上發生的趣事，還能在舒適的環境下作其他的。消費者對於咖啡的需求從重視產品與服務層面，晉升到對咖啡館的品牌及所塑造的氛圍與環境，是星巴克用心讓台灣人喜愛的努力成果。

肆●引註資料

康芳琮(2006)。企業識別系統、體驗行銷對品牌形象關係之研究—以統一星巴克咖啡為例。輔仁大學：博碩士論文網。

黃玉蓉(2012)。商店氣氛、消費情緒、體驗價值對行為意圖之影響-以台中市星巴克咖啡店為例。逢甲大學：博碩士論文網。

王秀瑩(2000)。咖啡連鎖店市場區隔及其消費行為之研究。東華大學：博碩士論文網。