

投稿類別：商業類

篇名：

一顆「膠囊」就飄香，創造咖啡奇「機」

-以樹德老師為例

作者：

林展毅。私立樹德家商。高三 6 班

郭世賢。私立樹德家商。高三 6 班

陳健豪。私立樹德家商。高三 6 班

指導老師：

郭有卿

## 壹●前言

### 一、研究動機

咖啡，自從十六世紀從土耳其傳到歐洲後，一直是全世界最受歡迎的飲品。咖啡不僅是種飲品，更象徵著人們隱藏在冷漠外表下的心思點滴。有許多人認為咖啡因可以刺激新陳代謝率，又會影響胃口，還能利尿，於是想藉助喝咖啡來控制體重也可消除疲勞。清晨起床後喝一杯咖啡可醒腦，白天工作時輕呷一口咖啡可提神。因為咖啡因由于有刺激中樞神經和肌肉的作用，所以可以振作精神、增強思考能力，恢復肌肉的疲勞。作用在心血管系統，可提高心臟功能，使血管舒張，促進血液循環。對於腸胃系統，它可以幫助消化，幫助脂肪的分解。

這是一篇使用濃縮膠囊咖啡機的心得分享，這種全自動的咖啡只需要填裝及按鈕即可享受一杯咖啡，因為此咖啡機是全自動的非常方便只要 按鈕-裝填-按鈕就可以煮咖啡，膠囊咖啡機的膠囊外表也非常吸引人精緻的外殼有一種美感，膠囊的置放處有特殊的設計對新手來說不會放錯方向非常方便，咖啡機的外型也可以做的更吸引現代潮流的人們雖然這種咖啡機目前沒有大大的流行但是非常有開發的潛力。

### 二、研究目的

藉由這個專題，我們主要探討以下問題：

- (一)探討咖啡的起源及種類
- (二)探討膠囊咖啡機之 SWOT 分析
- (三)探討膠囊咖啡機之商機及消費者接受度

### 三、研究方法

文獻分析法（documentary analysis/document Analysis）又稱為內容分析法

(content analysis) 或資訊分析法 (informational analysis)，屬非反應類研究法之一，指的是從政府文獻或以前的調查中蒐集現成的資訊進行分析。文獻資料的來源包羅萬象，可以是『政府部門的報告』、『工商業界的研究』、『文件記錄資料庫』、『企業組織資料』、『圖書館中的書籍』、『論文與期刊』、『報章新聞』等等。其分析步驟有四，即『閱覽與整理』(Reading and Organizing)、『描述』(Description)、『分類』(Classfying) 及『詮釋』(Interpretation)。

#### 四、研究範圍與限制

本研究以高雄市樹德家商老師為研究對象，故本研究的結論無法類推至其他消費者對於膠囊咖啡機的接受度與滿意度。

### 貳•正文

#### 一、文獻探討

##### (一)消費者行為的定義

專家學者對消費者行為有其不同觀點，較具體的消費者行為理論，是在第二次世界大戰結束後才開始蓬勃發展，因為當時廠商為了應付日益激烈的競爭環境，同時也體認到以顧客為導向的市場趨勢已來臨，從此以後，消費行為之研究迅速發展(徐光輝，1998)。

林靈宏(1999)解釋消費行為，乃是消費者在搜尋、評估、購買、使用和處理一項產品、服務、和理念，所表現的各種行為。是消費者於購買與使用產品或享用服務時，一種動態且連續的過程，而消費者購買產品是為了滿足自己或家庭的需求，而並不是為了商業上的目的。同時消費者在購買過程中也會涉及資訊的蒐集、評估，和產品的購買、使用、處理和服務(陳桓敦，2002)。

##### (二)消費者行為模式

消費者行為模式是將消費者行為加以分析探討的觀念結構。歷年來有關消費

者行為模式的研究論著頗多，其中 Schiffman and Kanuk(1994)認為主要消費者行為模式，有下列五種模式：

- (1)Howard-Sheth Model：由消費者的學習過程進而探討消費者行為。
- (2)Bauer 的風險負擔理論：從消費者所負擔的風險來探討消費者行為。
- (3)Rogers 的創新擴散理論：從產品的創新擴散來探討消費者行為。
- (4)Kotler 的七個「O」理論：以市場特質探討消費者行為。
- (5)EKB Model：從消費者得決策過程來探討消費者行為。

其中 EKB Model 為目前公認發展較為成熟、完善，且廣為研究學者採用的模式。其特色者重於消費決策如何達成的過程，且將人類行為視為一種連續過程，而非間斷的個別活動。其消費者決策行為分為需求確認、資訊尋求、方案評估、購買決策、購買後行為等五個階段。

### (三)咖啡的起源

咖啡這種植物起源於百萬年前，其實它被發現的年代也不知道是何時，在發現咖啡中是有一段故事：有一位叫柯迪的牧羊人，他發覺他的羊兒在無意中吃了一種植物的果實後變得非常活潑精神充沛，因此發現了咖啡。有人認同這是咖啡的發現，但也有人不同意其實最早計畫食用咖啡的民族是阿拉伯人，咖啡最早是整棵果實在嘴巴裡咬，吸取汁液直到後來綠色的咖啡豆被用來煮沸成為芳香的飲料。

### (四)膠囊咖啡機發展現況

咖啡市場商機誘人，西式速食業龍頭麥當勞在全省都會區市場設計咖啡專櫃 McCafe，另全台店數超過 4,000 家的 7-Eleven 也在大部分門市推出「City Cafe」，先後加入戰局。前幾年紅極一時的平價壹咖啡，也調整營運策略，重新規劃

商品內容，大幅提升既有店的經營素質。以上這些大小品牌都顯示台灣咖啡市場競爭只會越趨激烈，經營挑戰度越來越高。

面對咖啡市場強烈競爭者的加入搶食咖啡市場，若想要在競爭激烈的咖啡市場賺錢，不論是開個人個性化、專賣專業店或者是加盟知名品牌，若沒有扎實的專業能力與技術，與整套的經營管理運作制度，是很容易被市場淘汰的。

### (五)膠囊咖啡機介紹

表 1.膠囊咖啡機

商品名稱	商品說明	操作方式	商品圖片
NESCAFE 雀巢咖啡 NewMelody 膠囊咖啡機	自動控水裝置，專業級高壓幫浦，瞬間加熱技術自動停水功能	1.按照個人口味或膠囊的指示，用手輕輕前後滾動面板上的轉轉輪設定出水量格數 2.打開固定手柄並放入膠囊，壓下固定手柄 3.輕按紅色熱飲鍵或藍色冷飲鍵；水位綠燈顯示，隨水量減少至綠燈完全熄滅，即自動停止出水	 圖 2.咖啡機
NESCAFE 雀巢咖啡 Circolo FS 膠囊咖啡機	自動控水裝置，瞬間加熱技術，自動停水功能，3 段式可調托盤高度，專業級高壓幫浦	1. 按照個人口味或膠囊的指示，用手輕輕前後滾動面板上的轉轉輪設定出水量格數 2. 打開固定手柄並放入膠囊，壓下固定手柄 3. 輕按紅色熱飲鍵或藍色冷飲鍵；水位綠燈顯示，隨水量減少至綠燈完全熄滅，即自動停止出水	 圖 3.咖啡機

<p>NESCAFE 雀巢咖啡 DOLCE GUSTO 膠 囊咖啡機 Piccolo</p>	<p>專業級高壓幫浦，瞬間加熱技術自動停水功能，自動控水裝置</p>	<p>1. 按照個人口味或膠囊的指示，用手輕輕前後滾動面板上的轉轉輪設定出水量格數 2. 打開固定手柄並放入膠囊，壓下固定手柄 3. 輕按紅色熱飲鍵或藍色冷飲鍵；水位綠燈顯示，隨水量減少至綠燈完全熄滅，即自動停止出水</p>	 <p>圖 4.咖啡機</p>
--	------------------------------------	--	--

#### (六)膠囊咖啡介紹

(1)無糖拿鐵咖啡膠囊：它就像是美味的獎賞，只是比較不甜而已。特別適合喜歡那綿密美味、又不想喝太多糖分的人，適合想減肥的消費者食用。

(2)美式濃黑濃烈咖啡膠囊：它有完整的風味以及豐富的咖啡油脂層，適合上班族的消費者食用。

(3)摩卡咖啡膠囊：摩卡咖啡融合了咖啡的豐厚口味及濃濃的巧克力香，適合不喜歡太苦的人食用。

(4)焦糖瑪奇朵咖啡膠囊：在綿密的熱牛奶之上，注入一層滑順豐厚的義式濃縮咖啡，適合不喜歡太苦的人食用。

(5)紅茶拿鐵膠囊：在這杯「紅茶拿鐵」裡，傳統紅茶和熱牛奶配合得恰到好處，適合較不敢喝咖啡的人食用。

(6)低咖啡因美式濃黑咖啡膠囊：適合想要享受豐厚又香濃的咖啡和頂級咖啡豆的風味，卻不想要咖啡因的消費者食用。

(7)巧克力牛奶膠囊：使用頂級可可豆製成這杯香濃絲滑的熱巧克力，適合學生消費者食用。

(8)義式濃縮咖啡膠囊：濃烈的香氣、醇厚的風味，這就是一杯真正的義式濃縮

咖啡，適合想隨時保持清醒的消費者食用。

(9)美式濃黑咖啡膠囊：美式濃黑咖啡以較多的水量沖泡，有如加長版的義式濃縮咖啡，適合重口味的消費者食用。

(10)卡布奇諾咖啡膠囊：有著細緻綿柔的奶泡，同時又帶點微微的刺激感，適合喜歡有添加奶泡的消費者食用。

(11)拿鐵咖啡膠囊：在熱騰騰的牛奶當中，注入滑順濃郁的義式濃縮咖啡，適合不敢喝太含有咖啡因的消費者食用。

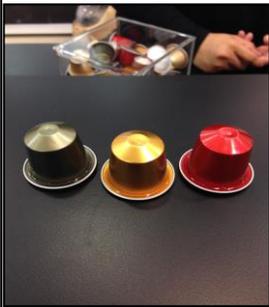
(12)義式濃縮濃烈咖啡膠囊：義式濃縮濃烈咖啡有著濃烈的焦香味，適合重口味的消費者食用。

13 美式醇郁濃滑咖啡膠囊：由 100%的阿拉比卡咖啡豆製成，擁有豐厚的果香與獨特焦香味，適合喜歡咖啡有果香味的消費者食用。

(14)綠茶拿鐵膠囊：清新自然的濃郁茶香，和牛奶完美結合後，變身「綠茶拿鐵」，適合喜歡喝綠茶又想喝咖啡的消費者食用。

(15)義式濃縮濃厚咖啡膠囊：「義式濃縮濃厚咖啡」是比「義式濃縮咖啡」更濃厚的咖啡。以較少的水量沖泡，因此風味醇厚無比，其上還覆以絲絨般的珍貴咖啡油脂。

表 2.膠囊

			
圖 5.膠囊	圖 6.膠囊	圖 7.膠囊	圖 8.膠囊
三款低因咖啡	低因咖啡 (濃度不同)	低因咖啡 (濃度不同)	低因咖啡 (濃度不同)

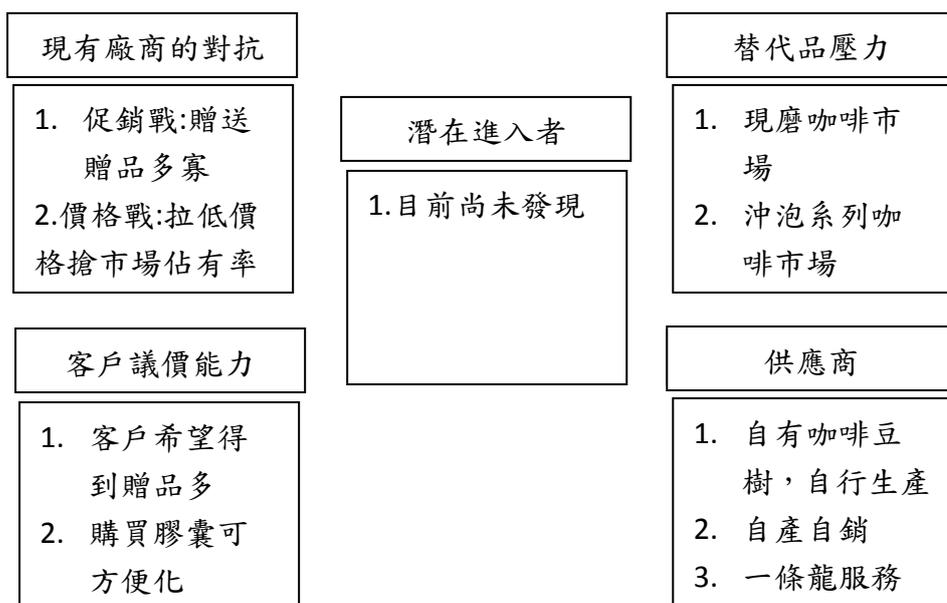
## 二、實證分析

### (一)膠囊咖啡機五力分析

五力分析是由麥可.波特(Michael e. porter)於1980年提出，分析某一產業結構與競爭對手的一種，認為影響產業競爭態勢的因素有五項，分別是：

- 1.現有廠商的競爭強度：因為雀巢是目前沖泡咖啡的龍頭，所以其實現有廠商對他並無甚麼太大的影響，攏固市場定位。
- 2.新加入者的威脅：目前已無廠商加入，因為這也算是高門檻的行業，沒有足夠的資金跟有錢的老爸是無法的。
- 3.供應商的議價力量：雀巢公司對於咖啡的供給並無甚麼太大的問題，因為他們是一系列的生產線，從咖啡豆、採集、研磨等.....都是自產自銷。
- 4.購買者的議價力量：購買者的議價力量，可決定其購買的數量，並且包括購買者對產品的熟悉程度、轉換成本的高低，及自身向後整合的可能性都為影響之因素。
- 5.替代性產品：膠囊咖啡其實替代性產品非常多，因為現今還是有許多人無法接手膠囊咖啡的味道，所以現磨咖啡跟沖泡咖啡都是非常大的敵人。

藉由以上五力分析可以幫助瞭解產業競爭強度與獲利的能力。



(來源:本研究整理)

圖 1.五力分析

## (二)膠囊咖啡機行銷 4P

行銷組合是企業用來影響目標市場各種行銷活動，分為產品(Product)、Price(價格)、通路(Place)、促銷(Promote)等四類，通稱為4P

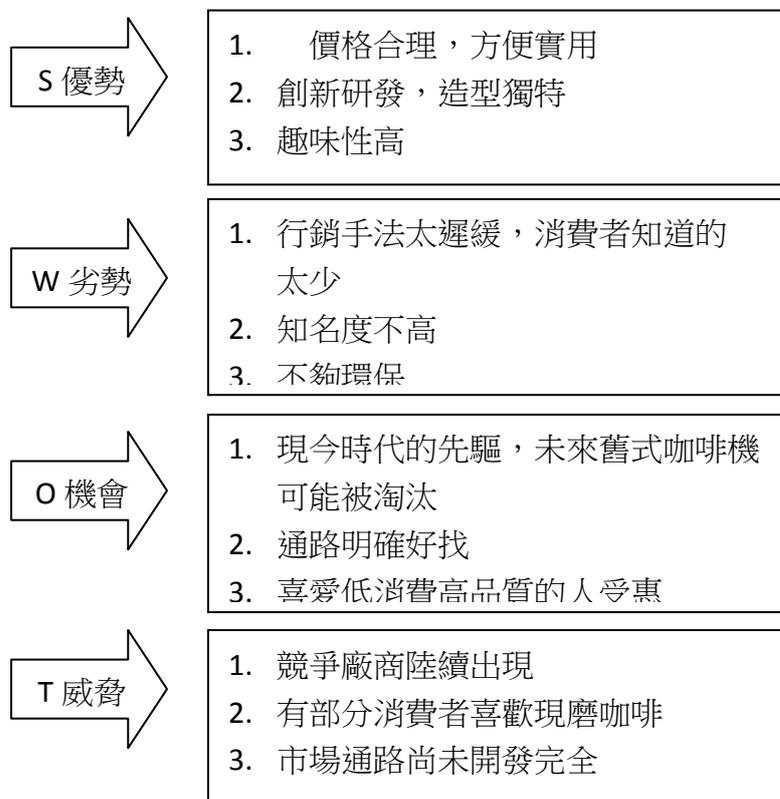
表 3.行銷 4P

產品	膠囊咖啡機
價格/價值	5000~15000 元(新台幣) 他是一件非常新穎的產品
促銷	電視廣告，買膠囊咖啡機送膠囊 網路購物台 例如:MOMO 購物台，森森購物台
通路	百貨公司，大賣場 例如:順發 3C，燦坤，漢神巨蛋，夢時代

(來源:本研究整理)

## (三)膠囊咖啡機之SWOT分析

本組利用SWOT針對面膜市場進行研究，其中可區分為內外兩部分，內部分為：優勢(Strengths)、劣勢(Weaknesses)；外部分為：機會(Opportunities)和威脅(Threats)



## 參●結論

### 一、結論

採用文獻探討法瞭解膠囊咖啡機之相關背景，進而運用行銷組合 4P 及 SWOT 分析探討膠囊咖啡機之商機如下：

具有競爭力的大眾化價格，一顆膠囊咖啡，大約合台幣 16 元。對於追求時尚的年輕人來說，膠囊咖啡機比傳統滴漏式咖啡機更方便：放進膠囊，按幾個按鈕，不到 30 秒就出來一杯咖啡，只花台幣 16 元，這樣的確可對市場造成威脅。

- (1)方便。操作簡單，任何一個新手都能輕鬆制作一杯義式咖啡。無需繁瑣的清潔，做好咖啡，直接回收膠囊就可以了。
- (2)健康。衛生環保，采用義大利最嚴格的標準制程，通過國際專利的太空艙技術包裝咖啡并填入氮氣的革命性系統，壓倒目前所有一切的生產技術。不用拆包裝直接放進機器，煮完后也方便回收。
- (3)專業。完全密封充氮氣包裝的保護下，能有效的保持咖啡的新鮮，防止氧化，使儲存期到達 2 年之久
- (4)品質穩定。半自動咖啡機每次都是人工填充壓粉，不同的人，填粉力度不同，即使同一個人，不同時間，填粉也會有變化，因為人的變數造成咖啡品質不穩定，膠囊咖啡是在同樣的生產線上，自動化填壓，可以保證每杯咖啡的品質穩定。
- (5)價格優惠。膠囊咖啡機也絕對不對因價錢而縮水。也提供給消費者多樣、多式的選擇，這些膠囊咖啡機不僅深深的抓住顧客的心，更抓住了他們的嘴，成為咖啡界獨一無二的生力軍。

### 二、建議

根據上述研究分析及結論，發現下列的問題，並提出改善建議：

#### (一)在通路方面

- (1)可設置停車場，方便消費者停車購買膠囊咖啡。
- (2)可與百貨公司合作，擴展門市通路，讓消費者加深本店的知名度。
- (3)現今的人們因為忙碌而沒有空閒的時間去購買膠囊，店家可利用網路訂

購方式讓消費者在網路上進行消費，消費者不但能節省時間，還能讓消費者以團購方式去購買，藉此提升業績。

(二)在行銷方面

(1)因現今的人們都打著貪小便宜的心態，因此可在膠囊咖啡機上製造咖啡的咖啡機，藉機增加知名度。

(2)現今的人群們使用網路已成了每天必備的事務，本店可藉由網路行銷，吸引更多購買人潮。

(三)在店面過少方面

(1)可找信任的人入股，擴大經營，如此一來不僅在台灣，也可在別的地區打響知名度。

(2)膠囊咖啡機的門市聚點分散各個地區。

肆●引註資料

- 1.許文蘭、呂雅菁（2009），行銷學，I 啟芳出版社
- 2.趣你的咖啡。咖啡對身體的影響－喝咖啡的好處、壞處、注意事項。2014.03  
取自於 <http://blog.yam.com/xxxstay/article/1469374>
- 3.雀巢膠囊咖啡官方網站。關鍵字：咖啡機。2013.11.27 取自於 <https://www.dolce-gusto.com.tw/ZH/machines/Pages/all-machines.aspx>
- 4.雀巢膠囊咖啡官方網站。關鍵字：各種風味。2013.11.27 取自於 <https://www.dolce-gusto.com.tw/ZH/flavours/Pages/AllVarietiesAtOnce.aspx>
- 5.互動百科。關鍵字：膠囊咖啡機。2013.12.12 取自於 [http://www.baik.com/wiki/%E8%83%B6%E5%9B%8A%E5%92%96%E5%95%A1%E6%9C%BA?prd=so\\_1\\_doc](http://www.baik.com/wiki/%E8%83%B6%E5%9B%8A%E5%92%96%E5%95%A1%E6%9C%BA?prd=so_1_doc)
- 6.智庫·百科 EBK 模式分析。2013.12.12 取自於 <http://wiki.mbalib.com/zh-tw/EBK%E6%A8%A1%E5%BC%8F>